



Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Gestão de Tomar**

**Sandra Manuela Magalhães Pires**

# **O Turismo enquanto qualificador de um Município – o caso de Vila Nova da Barquinha**

Projeto

Orientado por:

Professor Doutor Luís Mota Figueira, Professor Coordenador, Instituto Politécnico de Tomar

Coorientado por:

Mestre João Pinto Coelho, Instituto Politécnico de Tomar

Projeto apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural



Dedico este trabalho aos meus pais e à minha irmã ...







## RESUMO

---

Atendendo a que a qualidade deve estar na base do planeamento turístico para um território, importa salientar a relevância da qualificação da oferta, dos produtos, dos recursos, dos serviços e dos recursos humanos, por forma a impulsionar a competitividade e a atratividade dos destinos, garantindo a satisfação dos turistas. O retorno ou a experiência de visita dos visitantes ao território é o eixo de preocupação que está presente na reflexão dos operadores e dos promotores turísticos.

Para o estudo sobre Vila Nova da Barquinha, da revisão da literatura efetuada e da análise dos documentos orientadores provindos da União Europeia e Portugal, salienta-se a importância dessa qualificação, particularmente quando falamos na qualificação dos recursos humanos.

Pretendemos neste projeto evidenciar a importância da qualificação turística no município de Vila Nova da Barquinha, recorrendo à elaboração de um modelo qualificador, que se traduz numa plataforma digital de um sistema de avaliação e que se pretende afirmar como uma ferramenta de avaliação, monitorização e apoio à decisão.

A introdução do modelo Herity relativo ao património permitiu colocarmos em evidência uma das hipóteses de trabalho que nos foi surgindo. Assim, o modelo que se apresenta é fruto dessa concretização orientada à experimentação em meio autárquico.

Partindo da avaliação de variáveis e de elementos pré-selecionados, assim como da submissão de contributos e de dados estatísticos, pretende-se que o QUALIFITUR, contribua para uma visão concertada no que respeita às políticas relacionadas com o Turismo e a qualificação do município de Vila Nova da Barquinha.

Futuramente pretende-se que este modelo participativo possa ser replicado e operacionalizado em outros municípios, devidamente adaptado à realidade e necessidades de cada território, caso a proposta de sua aplicação concreta em 2017 e 2018 receba o acolhimento institucional que pensamos poder contribuir para uma melhoria do Turismo praticado em espaço autárquico.

**Palavras-chave:** Turismo, Qualificação Turística, Modelo Qualificador, Avaliação Turística





## ABSTRACT

---

Considering that quality should be at the base of a territory's tourism planning, the relevance of qualified supply cannot be highlighted enough, meaning the quality of products, of resources, of services and human resources as a means to enhance a tourism destination's competition and attractiveness, thusly guaranteeing tourist satisfaction. The visitation experience and return of visitors to a territory is the axis of concern which is present in the thoughts of all tourism operators and promoters. For the study on Vila Nova da Barquinha, and from the literature review and analysis of guiding documents from the European Union and Portugal, the importance of that qualification is highlighted, especially concerning qualification of human resources. During the course of this project we intend to discriminate the importance of tourism qualification in the municipality of Vila Nova da Barquinha, resorting to the development of a qualifying model, which translates into a digital evaluation system platform which intends to affirm itself as an evaluation, monitoring and decision aiding tool. The introduction of the Herity model concerning heritage allowed us to demonstrate one of the work options which presented itself to us. Thusly, the presented model is fruit of that introduction guided to be tested in a autarchic environment. Parting from the evaluation of variables and pre-selected elements, along with the submission of contributions and statistic data, we intend that QUALIFITUR contributes to a concerted vision regarding politics, regarding Tourism and the qualification of the municipality of Vila Nova da Barquinha. In the future, this participative model can be replicated and operationalised in other municipalities, and duly adapted to the reality and needs of each territory, in case this proposal is institutionally applied in 2017 and 2018 we believe that it may contribute to the improvement of tourism in autarchic spectrum.

**Keywords:** Tourism, Tourism Qualification, Qualification Model, Tourism Evaluation



## AGRADECIMENTOS

---

Com todo o meu apreço endosso os meus agradecimentos a todos aqueles que tornaram a realização deste trabalho possível, por contributo direto ou indireto.

Começo por agradecer ao meu Orientador, Doutor Luís Mota Figueira, por todo o apoio prestado, pela disponibilidade e pelo brio profissional que coloca em todos os projetos que acompanha.

Ao meu Coorientador, Mestre João Pinto Coelho, um grande bem-haja. Muito obrigada por acreditar, pelo apoio incondicional e pela persistência. É nos momentos de maior “crise” que realmente sabemos com quem pudemos contar.

Um agradecimento especial ao meu querido colega e amigo, Mestre Christopher Pratt: sem o teu apoio, a tua ajuda e a tua paciência infinita, nada disto era possível. Obrigada por me teres acompanhado sempre neste percurso académico.

Um muito obrigada a todos os demais colegas e amigos, quer da Licenciatura em Gestão Turística e Cultural, quer do Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural, em especial à Beatriz Medina. A todos desejo as maiores felicidades e muitos sucessos.

Um agradecimento especial a todos os entrevistados. Obrigada pela vossa disponibilidade.

Aos meus colegas de trabalho, agradeço a paciência para dias de humor duvidoso, a compreensão e o apoio que me prestaram ao longo destes meses intermináveis.

Por último, mas não menos importante, um enorme agradecimento, sentido e sincero à minha família. Adoro-vos. Aos meus pais pelo apoio, pela força e incentivo e principalmente à minha irmã que me atura nos momentos mais difíceis. Obrigada pela tua presença constante.

Não podia deixar de agradecer à minha querida afilhada Sara, porque também ela está sempre presente, na alegria e na tristeza e nos momentos mais importantes e marcantes da minha vida. És o meu orgulho!!!

Aos meus amigos de longa data, são a família que eu escolhi.  
A todos os demais....Obrigada.



## Índice

Introdução .....	1
Metodologia .....	9
1. Capítulo 1 – Enquadramento Conceptual .....	15
1.1. Introdução .....	15
1.2. Revisão de Literatura.....	15
1.2.1. Turismo.....	20
1.2.2. Destino Turístico.....	20
1.2.3. Recursos Turísticos .....	22
1.2.4. Experiência Turística .....	23
1.2.5. Imagem Turística .....	24
1.2.6. Atratividade Turística .....	25
1.2.7. Acessibilidades .....	27
1.2.8. Produto Turístico e Promoção .....	29
1.2.9. Território Turístico .....	30
1.2.10. Qualificação Turística .....	31
1.2.11. Abordagem territorial: Município .....	33
1.3. Considerações finais.....	35
2. Capítulo Enquadramento Legal e Institucional .....	37
2.1. Introdução .....	37
2.2. Organização das Nações Unidas (ONU): 17 objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.....	38
2.3. Estratégia Turismo 2027 – Breves referências.....	40
2.4. Europa 2020 .....	46
2.4.1. A crise económica desde 2008: fragilidades e desafios .....	48
2.4.2. Crescimento Inteligente, sustentável e Inclusivo.....	49
2.4.2.1. Crescimento inteligente .....	50
2.4.2.2. Crescimento Sustentável.....	53
2.4.2.3. Crescimento Inclusivo .....	58
2.4.3. Estratégia europeia: dificuldades e realidades .....	60
2.4.4. Medidas de política europeia e seus reflexos .....	62
2.4.5. Resultados: uma governação mais forte.....	62
2.5. Turismo 2020 – Portugal 2020 .....	65
2.5.1. Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal.....	65

2.5.1.1.	Elaboração do Plano de Ação: Pressupostos Base .....	67
2.5.1.2.	Elaboração do Plano de Ação: Metodologia e Processo .....	69
2.5.1.3.	Tendências Internacionais, Turismo em Portugal, Turismo nas Regiões .....	70
2.5.1.4.	Estratégia de atuação para o Turismo.....	80
2.5.1.5.	Modelo de Gestão e Monitorização.....	89
2.6.	Entidade Regional Turismo do Centro de Portugal e seu reflexo nas políticas municipais de turismo.....	90
2.6.1.	Enquadramento legal: áreas regionais de turismo e territórios abrangidos .....	92
2.6.2.	Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020 .....	95
2.6.3.	Eixos de Intervenção e sua aplicação em Vila Nova da Barquinha .....	98
2.7.	CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo .....	100
2.7.1.	Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 .....	102
2.7.2.	O processo de construção da estratégia Médio Tejo 2020.....	103
2.7.3.	Diagnóstico prospetivo da região Médio Tejo .....	104
2.7.3.1.	O território do Médio Tejo .....	104
2.7.3.2.	Lições da experiência do Programa Territorial de Desenvolvimento 2007-2013 ..	105
2.7.3.3.	Os elementos distintivos do Médio Tejo.....	105
2.7.4.	Visão e estratégia .....	107
2.7.4.1.	A visão para o Médio Tejo de 2020.....	107
2.7.4.2.	Estratégia de desenvolvimento 2014-2020.....	107
2.7.5.	Plano de Ação .....	109
2.7.5.1.	Programas temáticos de operacionalização da estratégia Médio Tejo 2020 .....	109
2.7.6.	Modelo de Governação .....	111
2.7.6.1.	Governação integrada do território .....	111
2.8.	Vila Nova da Barquinha .....	113
2.9.	Considerações finais.....	120
3.	Capítulo 3 – Análise e Caracterização do Objeto de Estudo: Vila Nova da Barquinha.....	123
3.1.	Introdução .....	123
3.2.	Vila Nova da Barquinha – Localização e História.....	123
3.3.	Geminações .....	128
3.3.1.	Rio Maior - Portugal .....	129
3.3.2.	Dissay – França .....	129
3.3.3.	Madonne – Itália .....	130
3.3.4.	Santa Catarina do Fogo – Cabo Verde.....	130
3.4.	Recursos Naturais: Fauna e Flora .....	131

3.5.	Eventos Anuais e Festividades .....	132
3.6.	Património Histórico-Religioso e Espaços Culturais.....	133
3.6.1.	Castelo de Almourol .....	133
3.6.2.	Parque de Escultura Contemporânea do Almourol .....	135
3.6.3.	Igreja Matriz da Atalaia .....	136
3.6.4.	Centro de Interpretação de Arqueologia do Alto Ribatejo – CIAAR .....	138
3.6.5.	Centro Integrado de Educação em Ciência – CIEC .....	140
3.6.6.	Praça de Touros.....	141
3.6.7.	Museu de Engenharia Militar .....	142
3.6.8.	Museu das Tropas Aerotransportadas.....	142
3.7.	Gastronomia, Alojamento e Aventura .....	143
3.7.1.	Gastronomia.....	143
3.7.2.	Alojamento .....	145
3.7.3.	Aventura.....	147
3.8.	Considerações Finais .....	148
4.	Capítulo 4 – Trabalho de Campo: Apresentação de Resultados .....	151
4.1.	Introdução .....	151
4.2.	Trabalho de Campo .....	151
4.3.	Entrevistas.....	153
4.4.	Análise e Discussão dos Resultados .....	156
4.4.1.	Vocação Turística .....	157
4.4.2.	Imagem/Marca.....	158
4.4.3.	Qualificação Turística .....	159
4.4.4.	Variáveis da Qualificação .....	160
4.4.5.	Projetos Futuros.....	160
4.4.6.	Posicionamento/Diferenciação/Competitividade.....	161
4.4.7.	Programação Cultural.....	162
4.4.8.	Certificação Herity.....	162
4.5.	Considerações Finais .....	163
5.	Capítulo 5 – Modelo de Qualificação .....	165
5.1.	Introdução .....	165
5.2.	Variáveis da qualificação .....	166
5.3.	Sistema de Avaliação: QUALIFITUR .....	170
5.3.1.	Apresentação do QUALIFITUR.....	170

5.3.2.	Objetivos.....	171
5.3.3.	Contributos (INPUTS) .....	172
5.3.3.1.	Turistas .....	172
5.3.3.2.	Entidades Públicas .....	173
5.3.3.3.	Entidades Privadas .....	175
5.3.4.	Processo de Funcionamento .....	177
5.3.5.	Resultados esperados (OUTPUTS).....	178
5.3.6.	Considerações finais.....	178
	Conclusões Finais .....	181
	Bibliografia.....	185
	Referências eletrónicas .....	191
	Legislação .....	193



## Índice de Figuras

Figura 1 Matriz Motivações vs. Produtos Fonte: Turismo 2020 Cinco Princípios para uma Ambição (2015:59) .....	2
Figura 2 Princípios para a Construção da Visão Fonte: ET 2027 (2016:66) .....	5
Figura 3 Turismo na próxima década. Fonte: ET 2027 (2016:86) .....	6
Figura 4 Princípios e Etapas da Investigação Fonte: (Quivy et Campenhoudt, 2008:27) .....	9
Figura 5 Esquema do Processo de Investigação Fonte: Elaboração Própria .....	14
Figura 6 Esquema de revisão da literatura: conceitos Fonte: Elaboração Própria .....	16
Figura 7 Simbologia dos ODS da ONU Fonte: <a href="https://nacoesunidas.org/tema/agenda2030/">https://nacoesunidas.org/tema/agenda2030/</a> .....	39
Figura 8 Estratégia de Planeamento Conjunto Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:14) .....	41
Figura 9 Laboratórios Temáticos Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:20) .....	41
Figura 10 Desafios de Natureza Específica Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:64) .....	42
Figura 11 Ativos para uma estratégia a 10 anos Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:71) .....	43
Figura 12 Eixos estratégicos Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:78) .....	43
Figura 13 Modelo de Gestão Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:90) .....	45
Figura 14 Três Cenários para a Europa 2020 Fonte: Comunicado da Comissão Europeia 2020 (2010:11) .....	48
Figura 15 Responsabilidades dos intervenientes Fonte: Elaboração própria .....	64
Figura 16 Triângulo Chave Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:7) .....	68
Figura 17 Regiões de Turismo em Portugal Fonte: Elaboração Própria .....	69
Figura 18 Objetivos estratégicos Turismo 2020 Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014) .....	82
Figura 19 Objetivo I Atrair Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:158) .....	83
Figura 20 Objetivo II Competir Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:161) .....	84
Figura 21 Objetivo III Capacitar Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:162) .....	85
Figura 22 Objetivo IV Comunicar Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:164) .....	86
Figura 23 Objetivo V Cooperar Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:166) .....	87
Figura 24 Critérios gerais para os projetos Fonte: Elaboração Própria .....	88
Figura 25 NUTS III da Região Centro de Portugal Fonte: IPAM LAB (2013:14) .....	91
Figura 26 Atribuições da TCP Fonte: IPAM LAB (2013:15) .....	93
Figura 27 Estrutura Organizacional da TCP Fonte: IPAM LAB (2013:16) .....	94
Figura 28 Eixos de Intervenção Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Programa Operacional Regional do Centro (2014:5) .....	96
Figura 29 NUTS II e NUTS III da Região Centro Fonte: Programa Operacional Regional do Centro (2014:6) .....	98
Figura 30 Organograma de Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo Fonte: <a href="http://www.mediotejo.pt/index.php/cimt/estrutura-organica/organograma">http://www.mediotejo.pt/index.php/cimt/estrutura-organica/organograma</a> .....	101
Figura 31 Concelhos que integram a CIMT Fonte: <a href="http://www.mediotejo.pt/index.php/medio-tejo/a-regiao">http://www.mediotejo.pt/index.php/medio-tejo/a-regiao</a> .....	102

Figura 32 Fases do Planeamento estratégico Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:15).....	104
Figura 33 Elementos distintivos do território do Médio Tejo Fonte Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:23) .....	106
Figura 34 Concretizações do PTD 2007-2013 Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:42).....	108
Figura 35 Programas temáticos e ações Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:68).....	110
Figura 36 NUTS III: Papel das comunidades locais Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:100).....	112
Figura 37 Modelo de Governação territorial Médio Tejo Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:102) .....	113
Figura 38 Mapa das Freguesias de V. N. Barquinha Fonte: <a href="http://geneall.net/pt/mapa/234/vila-nova-da-barquinha/">http://geneall.net/pt/mapa/234/vila-nova-da-barquinha/</a> .....	125
Figura 39 Brasão de Vila Nova da Barquinha Fonte: <a href="http://www.cm-vnbarquinha.pt/index.php/pt/municipio/heraldica">http://www.cm-vnbarquinha.pt/index.php/pt/municipio/heraldica</a> .....	127
Figura 40 Esquema base da qualificação do Município Fonte: L-TOUR .....	167
Figura 41 Esquema de Variáveis e elementos Fonte: Elaboração Própria .....	169
Figura 42 Logotipo do QUALIFITUR Fonte: Christopher Pratt .....	171
Figura 43 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Turistas Fonte: Elaboração Própria .....	172
Figura 44 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Entidades Públicas Fonte: Elaboração Própria .....	174
Figura 45 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Entidades Privadas Fonte: Elaboração Própria .....	176

## Índice de Tabelas

Tabela 1 Quadro Resumo do Semestre Europeu Fonte:

<a href="http://ec.europa.eu/europe2020/images/european_semester_pt_big.jpg">http://ec.europa.eu/europe2020/images/european_semester_pt_big.jpg</a> .....	47
Tabela 2 Iniciativa emblemática “Uma união da Inovação” Fonte: elaboração própria .....	51
Tabela 3 Iniciativa emblemática “Juventude em movimento” Fonte: Elaboração Própria .....	52
Tabela 4 Iniciativa emblemática “Agenda digital para a Europa” Fonte: Elaboração Própria .....	53
Tabela 5 Iniciativa emblemática “Uma Europa eficiente em termos de recursos” Fonte: Elaboração própria .....	55
Tabela 6 Iniciativa emblemática “Uma política industrial para a era da globalização” Fonte: Elaboração Própria .....	57
Tabela 7 Iniciativa emblemática “Agenda para novas qualificações e novos empregos” Fonte: Elaboração Própria .....	59
Tabela 8 Iniciativa emblemática “Plataforma europeia contra a pobreza” Fonte: Elaboração Própria .....	60
Tabela 9 “Europa 2020: Uma panorâmica” Fonte: Comunicado da Comissão Europa 2020 (2010:37) .....	63
Tabela 10 Tendências demográficas e socioculturais Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:28) .....	71
Tabela 11 Tendência Económica Fonte: adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:29) .....	72
Tabela 12 Tendências Ambientais Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:30) .....	73
Tabela 13 Tendências Tecnológicas Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:31) .....	74
Tabela 14 Tendências dos Transportes Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:32) .....	75
Tabela 15 Análise SWOT do Turismo em Portugal Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:45) .....	77
Tabela 16 Análise swot da região Centro Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:75) .....	79
Tabela 17 Eixos de Intervenção e Dotação Financeira Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Programa Operacional Regional do Centro (2014:44) .....	99
Tabela 18 Objetivos traçados pelo Município de V. N. da Barquinha Fonte: Elaboração Própria .....	114
Tabela 19 Projetos previstos para o Município Fonte: Elaboração própria .....	120
Tabela 20 Calendário das Festividades de V. N. da Barquinha Fonte: Elaboração Própria, Adaptado do site do Município.....	132
Tabela 21 Restaurantes da Região Fonte: Elaboração Própria .....	144
Tabela 22 Alojamento disponível no Município Fonte: Elaboração Própria.....	146
Tabela 23 Animação, Desporto e Aventura Fonte: Elaboração Própria .....	148
Tabela 24 Subdivisão das questões por temáticas Fonte: Elaboração Própria .....	157



## Lista de Abreviaturas e Siglas

AG – Autoridade de Gestão

AMPIS - Associação de Municípios do Pinhal Interior Sul

BEI – Banco Europeu de Investimento

CANT – Convenção Anual Nacional do Turismo

CCDRC – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CCRLVT – Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo

CEIPHAR – Centro Europeu de Investigação de Pré-História do Alto Ribatejo

CFS – Curso de Formação de Sargentos

CIAAR – Centro de Interpretação de Arqueologia do Alto Ribatejo

CIEC – Centro Integrado de Educação em Ciência

CIMS – Comunidade Intermunicipais

CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo

CUMT – Comunidade Urbana do Médio Tejo

EPE – Escola Prática de Engenharia

EREI – Estratégia Regional de Especialização Inteligente

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FEEI – Fundos Europeus Estruturais e de Investimento

FEI – Fundo Europeu de Investimento

FMI – Fundo Monetário Internacional

FSE – Fundo Social Europeu

I&D – Inovação e Desenvolvimento

I&I – Inovação e Investigação

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

ITI – Investimentos Territoriais Integrados

L-Tour.ipt – Laboratório de Turismo do Instituto Politécnico de Tomar

NUT – Nomenclatura de Unidades Territoriais

NUTS – Nomenclature of Territorial Units for Statistics

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONG – Organização Não Governamental

ONG – Organização Não Governamental

OTL – Ocupação de Tempos Livres

PA – Plano de Ação

PEC – Pacto de Estabilidade e Crescimento

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas e Médias Empresas

PO – Programa Operacional

PTD – Programa Territorial de Desenvolvimento

PTD – Programa Territorial de Desenvolvimento

QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional

RIS3 – Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation

TCP – Turismo Centro de Portugal

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

TPO – Tirocínio para Oficiais

UE – União Europeia

VNB – Vila Nova da Barquinha





## Introdução

O Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), desenvolvido para o período de 2006-2015, era até ao ano transato o documento estratégico oficial para a área do Turismo, a nível nacional. Embora parte da sua herança, de um ponto de vista técnico, nomeadamente ao nível de procedimentos e de aproveitamento do que foi considerado manter pela autoridade turística nacional, e facto que o Instituto de Turismo de Portugal tem editado documentação e realizado encontros técnicos que muito concorrem para a qualificação turística nacional. Outros documentos de orientação estratégica se seguiram.

Expirada a sua validade temporal, impôs-se por decisão do Secretário de Estado do Turismo do anterior governo, a necessidade de analisar a conjuntura atual, com vista à tomada de decisões para o setor do turismo. Assim, neste sentido e segundo o documento orientador “Turismo 2020: Cinco Princípios para uma Ambição” (2015:3), verificou-se a necessidade de refletir e questionar se “ (...) *deve o sector do turismo em Portugal ter um Plano Estratégico Nacional, que defina com detalhe metas quantitativas de crescimento em número de dormidas e hóspedes, que defina produtos estratégicos, nacionais e por regiões, que estabeleça planos de ação a dez anos sobre o desenvolvimento da estruturação e promoção desses produtos e que cristalize, dessa maneira, e a imponha ao sector, uma visão do turismo que queremos nos próximos dez anos?*”.

A resposta a esta questão foi aparentemente negativa por falta de tempo para se impor e porque estava focada na iniciativa privada como eixo central ignorando certas componentes importantes tais como a aposta na criatividade e inovação mas fortemente impulsionadas pelo Estado e pela programação dos fundos europeus para 2014-2020.

O que se pretende para o turismo é que aposte na inovação e na criatividade, bem como na capacidade de gerar propostas de valor que atraiam novos fluxos turísticos e fidelizem os já existentes, em detrimento de qualquer outro destino. Nesta perspetiva, no mesmo documento (2015:3), podemos conferir que “ (...) *tudo aquilo que o sector do turismo precisa em Portugal é de que lhe sejam garantidas condições de competitividade para vencer num mundo global. Competitividade para conseguir oferecer a melhor proposta, para conseguir responder às motivações da procura, para conseguir estruturar o seu negócio, para conseguir investir na qualificação ou requalificação da sua atividade,*

*para conseguir inovar, para conseguir ser melhor e mais rápido e mais ágil do que a concorrência.”.*

Tratando-se Portugal de um território de pequenas dimensões, onde as regiões são relativamente próximas umas das outras e de certo modo intercomunicantes, não faria sentido a adoção de um plano fechado e restrito para um setor que se encontra em constante mutação e adaptação.

Um novo horizonte é traçado e uma nova estratégia para o turismo nacional é enunciada. Conciliar o que estava bem e introduzir a inovação no que será futuro é, segundo nos parece, a ideia da atual Secretária de Estado do Turismo e do seu programa para o período dos próximos 10 anos. Embora o ET27 – Estratégia de Turismo esteja em discussão pública para programar o horizonte 2017-2027, o Turismo de Portugal não abandonou por completo o antigo plano. No rumo do turismo nacional ainda persistem traços do PENT o que configura, sem dúvida, que a sua herança ainda se faz sentir. Não resistimos ao apelo que nos moveu aquando da realização do trabalho e, por isso apresentamos a matriz que nos introduz no universo que quisemos trabalhar. Assim, poderemos constatar esse facto de ligação estratégica entre passado e presente, na matriz que, embora da estratégia interrompida, como se referenciou, não deixa de ser significativa para o pensamento e a proposta que queremos apresentar.

MATRIZ MOTIVAÇÕES VS PRODUTOS

MOTIVAÇÕES	PRODUTOS TURÍSTICOS	SOL E PRIMA	TOURING CULTURAL	CITY BREAKS	NEGÓCIOS	GOLFE	NATUREZA	TURISMO DO MAR	TURISMO RESIDENCIAL	SAÚDE E BEM-ESTAR	GASTRONOMIA E VINHOS
<b>CULTURA</b>											
CULTURA E RELIGIÃO			X	X							X
CONHECIMENTO			X	X	X						X
COSTUMES LOCAIS			X	X			X				X
<b>PRAZER</b>											
CONVÍVIO		X	X	X	X	X		X			X
AVENTURA							X	X			X
DIVERSÃO		X		X				X			X
QUEBRAR A ROTINA		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>RELAXAMENTO</b>											
BEM-ESTAR		X				X	X			X	X
FAMÍLIA		X	X	X			X	X	X		X
DESCANSO		X							X	X	X
DESFUTURAR O CLIMA		X					X		X		X
<b>FÍSICO</b>											
CONTACTO COM A NATUREZA		X	X			X	X	X			X
DESPORTO		X				X	X	X			X
VIDA ATIVA		X				X	X	X			X

Figura 1 Matriz Motivações vs. Produtos Fonte: Turismo 2020 Cinco Princípios para uma Ambição (2015:59)

Muito embora os autores da fonte anteriormente citada não pretendam a definição de produtos turísticos estratégicos, uma vez que se pretende agora o foco nas motivações e nas experiências em prejuízo dos produtos, não descartam definitivamente alguns aspetos do PENT (2015:59) “ *E se é verdade que produtos mais maduros se afirmam factualmente como estratégicos, porque se impõem no seu surgimento e justificam a sua promoção, não é menos verdade que tal circunstância não impede o surgimento ou a promoção de novos produtos em novos territórios.*”.

Desta forma, com este novo documento, ambicionava-se para o horizonte 2020 que Portugal se transforme no mais ágil e dinâmico destino europeu, criando para tal condições para o aumento de receitas no setor privado e posicionando Portugal no ranking dos dez destinos mais competitivos do Mundo. O grande enfoque destas ações centra-se na iniciativa do setor privado, evidenciado por cinco princípios: Pessoa, Liberdade, Abertura, Conhecimento e Colaboração. A escolha destes princípios está ligada às funções do Estado (no que refere ao setor do Turismo) e com os alicerces dos últimos quatro anos de ação por parte das entidades públicas.

As grandes metas que, segundo o documento “Turismo 2020: Cinco Princípios para uma Ambição” (2015:5), Portugal pretende alcançar estão relacionadas com a Qualificação e a Competitividade, expressas em seis premissas de atuação:

- Um destino sustentável e de qualidade;
- Um destino de empresas competitivas;
- Um destino empreendedor;
- Um destino ligado ao Mundo;
- Um destino gerido de forma eficaz;
- Um destino que marca.

Sendo o Turismo uma indústria mutável, quer por fatores sociais, demográficos e económicos, quer por fatores ambientais, tecnológicos e relativos aos transportes, é fundamental que o setor se prepare para fazer face a novos desafios e enfrentar novas realidades, condicionado por estas ou outras variáveis externas.

Se tivermos em linha de consideração que uma das metas que se pretende atingir está relacionada com a qualificação, o tema deste projeto “O Turismo enquanto qualificador de um Município – o Caso de Vila Nova da Barquinha” assume-se como atual e pertinente, na medida em que vai de encontro às novas orientações propostas para o horizonte 2020.

Adaptando esta realidade à escala local, pretende-se que o município cresça com qualidade e de forma sustentada, na medida em que um destino sustentável e de qualidade é aquele “ (...) *onde crescimento turístico é compatível com a produção de benefícios para o território e as comunidades e onde o Estado, na preservação do território, deve saber cumprir o seu papel.*” (Turismo 2020, Cinco Princípios para Uma Ambição, 2015:7). Pretende-se por um lado o aumento das receitas por parte do setor privado face aos mercados concorrentes e o aumento por turista e por outro lado a qualificação e sustentabilidade tanto dos destinos como do tecido empresarial direta ou indiretamente relacionado com o setor do turismo.

A questão da qualificação é transversal a toda a indústria do turismo e não somente aplicada a questões de ordem ambiental ou urbanística. Podemos assim afirmar que, na atualidade, a qualificação é uma das premissas mais valorizadas pelos turistas na procura de destinos.

O município de Vila Nova da Barquinha enquadra-se nos territórios em afirmação turística, que segundo a definição expressa neste novo documento orientador, são aqueles que representam menos de 5% da procura turística nacional. Para territórios desta natureza, no documento “Turismo 2020: Cinco Princípios para uma Ambição” (2015:57) pode ler-se que “ (...) *importa alavancar o seu desenvolvimento turístico, promovendo a transformação dos seus recursos turísticos em produtos e experiências - e proceder à sua comunicação e venda. Os esforços de estruturação e de comercialização da oferta turística são especialmente pertinentes nestes territórios.*”.

Seguindo esta linha de pensamento, o modelo qualificador que nos propomos elaborar para o município surge da necessidade de tentar responder eficazmente às exigências da nova realidade. Cada vez mais o turista procura experiências que satisfaçam as suas necessidades e emoções e não só produtos pré-concebidos para turismo de massas. Estamos na época da procura e das experiências turísticas, ou seja, cada território tem que

se valer dos produtos e recursos disponíveis nas suas delimitações, oferecendo experiências que se traduzam na satisfação dos turistas.

Observando contudo o documento ESTRATÉGIA TURISMO 2027 (2016:66), ao qual já nos referimos anteriormente, percebemos que a mais recente estratégia prevista para o horizonte 2027, contempla uma visão a curto prazo mas com vista no futuro e dessa visão fazem parte um conjunto de componentes, como nos demonstra a figura que se segue.



Figura 2 Princípios para a Construção da VisãoFonte: ET 2027 (2016:66)

Como podemos verificar pela figura anterior, a Visão desta nova estratégia aglomera num mesmo “sistema” a sustentabilidade, a coesão territorial, a inovação e empreendedorismo, a competitividade e o crescimento em valor. Através destes princípios pretende-se criar em Portugal uma estabilidade para as políticas públicas do Turismo.

Esta nova estratégia contempla dez ativos distribuídos por quatro categorias:

- Ativos diferenciadores (clima e luz, Natureza e biodiversidade, água, mar, história e cultura) que são a base da oferta turística;
- Ativos qualificadores (gastronomia e vinhos, eventos artísticos, culturais, desportivos e de negócios) que são enriquecedores da experiência turística e que acrescentam valor à oferta dos territórios;

- Ativos emergentes (bem-estar e *living* – viver em Portugal) que se traduzem por ativos com elevado potencial de crescimento e reconhecimento internacional;
- Ativo único transversal: as Pessoas.

A estratégia do turismo está agora centrada nas Pessoas e abarca os residentes, os visitantes e os profissionais. Assume de igual forma cinco eixos estratégicos com linhas de atuação prioritárias. Esses eixos contemplam a valorização do território, valorizando consequentemente todo o seu Património e o impulsionamento da economia através da capitalização das empresas ou a desburocratização dos processos. Pretende-se de igual modo potenciar o conhecimento, quer através da valorização dos profissionais do setor do turismo, quer através da capacitação de gestores e empresários. Tenciona-se de igual modo gerar conectividades através da captação de novas rotas aéreas ou melhoramento dos sistemas de mobilidade, entre outros. O último eixo diz respeito à projeção de Portugal. Para o efeito, importa dinamizar o turismo externo e as ofertas turísticas, a par de outras iniciativas.

A figura que se segue, resume de forma sucinta a estratégia para o Turismo 2027.



Figura 3 Turismo na próxima década. Fonte: ET 2027 (2016:86)

A nova Estratégia Turismo 2027 (em discussão pública) assenta nas Pessoas e nos dez ativos estratégicos que a integram, servindo-se dos cinco eixos estratégicos e das

respetivas linhas de atuação prioritárias para responder aos desafios e alcançar as metas a que se propões.

Em termos de organização, este projeto a que nos propusemos, encontra-se estruturado e dividido por cinco capítulos temáticos distintos, composto cada um deles por um conjunto de níveis intermédios que corroboram as temáticas abordadas.

O primeiro capítulo “Enquadramento Conceptual” sintetiza esquematicamente a revisão da literatura. Partindo da temática central deste projeto foi possível a elaboração de um esquema que apresenta a ligação e dependência dos conceitos enunciados e que serviram de base à elaboração deste projeto e mais concretamente ao modelo qualificador que se pretende executar. Após esta abordagem inicial foram apresentados individualmente cada um dos conceitos anteriormente referidos, organizados segundo a revisão de literatura que contemplou autores nacionais e internacionais, documentos oficiais diversos e legislação que permitiu o enquadramento legal de alguns dos conceitos.

O “Enquadramento Legal e Institucional” foi abordado no segundo capítulo. Partindo da análise dos mais recentes documentos emanados pela ONU (17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030) e pelo Turismo de Portugal (Estratégia Turismo 2027), foram tecidas algumas considerações sobre os mesmos. Posteriormente foram analisadas as políticas, diretrizes e objetivos emanados pela União Europeia para todos os Estados-Membros. Partindo da análise generalista da Estratégia Europa 2020, observamos como a nível nacional, essa estratégia foi consolidada e adotada, para outros níveis: regional, sub-regional ou local. Para tal, foram escortinados os vários Planos de Ação, Planos Estratégicos de Desenvolvimento e Programas Operacionais, para o horizonte 2020, nomeadamente para o Turismo Centro, a CIMT e Vila Nova da Barquinha.

O capítulo terceiro “Análise e Caracterização do Objeto de Estudo: Vila Nova da Barquinha” aborda a história e localização geográfica da vila. Neste capítulo são também descritos os recursos naturais do município, assim como o seu Património e Espaços Culturais visitáveis. Integram ainda este capítulo, tópicos relacionados com a Gastronomia, Alojamento e Aventura, assim como um calendário com as principais festividades e eventos que ocorrem ao longo do ano.

No capítulo quatro “Trabalho de Campo: Apresentação de Resultados” expõem-se os métodos utilizados, os dados obtidos e a interpretação/reflexão sobre os mesmos. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas exploratórias a membros-chave do Poder Local, do Turismo e da Cultura, do Ensino Superior e do Desenvolvimento Local. Os depoimentos resultantes dos decisores das dimensões referidas anteriormente, contribuíram em larga escala para a elaboração do modelo qualificador que definimos para o município. Para uma melhor interpretação dos resultados, subdividiram-se as entrevistas por temáticas para uma melhor análise e interpretação. A par destas entrevistas foram ainda realizadas reuniões técnicas, visitas técnicas e observação participativa por parte do L-Tour, que se traduziu num acompanhamento técnico ao longo de todo o projeto.

O “Modelo de Qualificação” apresentado no capítulo cinco, reflete assim o produto final deste projeto. Neste capítulo são inicialmente descritas as variáveis da qualificação e os respetivos elementos que constituem cada uma delas. Seguidamente é descrito todo o sistema de avaliação QUALIFITUR. Essa descrição inicia-se com a apresentação da plataforma de avaliação e dos seus objetivos. São posteriormente enunciados todos os avaliadores e as respetivas contribuições de cada um deles, resultando este processo na introdução de *Inputs*. Após descrição do processo de funcionamento desta plataforma são apresentados os resultados esperados (*outputs*) que traduzem de certo modo o que se pretende com a operacionalização deste modelo.

Por fim, no capítulo das “Conclusões finais”, após referência a todo o processo de desenvolvimento deste projeto, colmatamos o capítulo com a apresentação do modelo de qualificação, enunciando o seu propósito e a expectativa da sua aplicação, no futuro, a outros municípios. A componente experimental e o facto de ser prevista uma aplicação concreta do modelo para os anos 2017 e 2018 consolida a hipótese central de monitorização e avaliação da realidade turística do município de Vila Nova da Barquinha em tempo real. O facto de ser profissional nesta área e poder coordenar esses trabalhos com a colaboração protocolar do IPT e da Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha é uma garantia de aplicabilidade do novo conhecimento gerado com a nossa intervenção.



## Metodologia

O objetivo da metodologia é “...explicar como a problemática foi investigada e a razão por que determinados métodos e técnicas foram utilizados” (Bell, 2010:214)

Definido o objeto de estudo, “É no capítulo dedicado à metodologia que o investigador se deterá mais pormenorizadamente sobre as opções adotadas para responder à sua questão de partida e confirmar (ou não) as suas hipóteses de trabalho (se é que estas foram colocadas).” (Silvestre e Araújo, 2012:226)

Assim sendo, o processo metodológico adotado para este estudo tem por base o procedimento científico de Quivy e Campenhoudt (2008)

Segundo Quivy e Campenhoudt (2008), a investigação em ciências sociais processa-se em três princípios distintos dos quais fazem parte sete etapas.

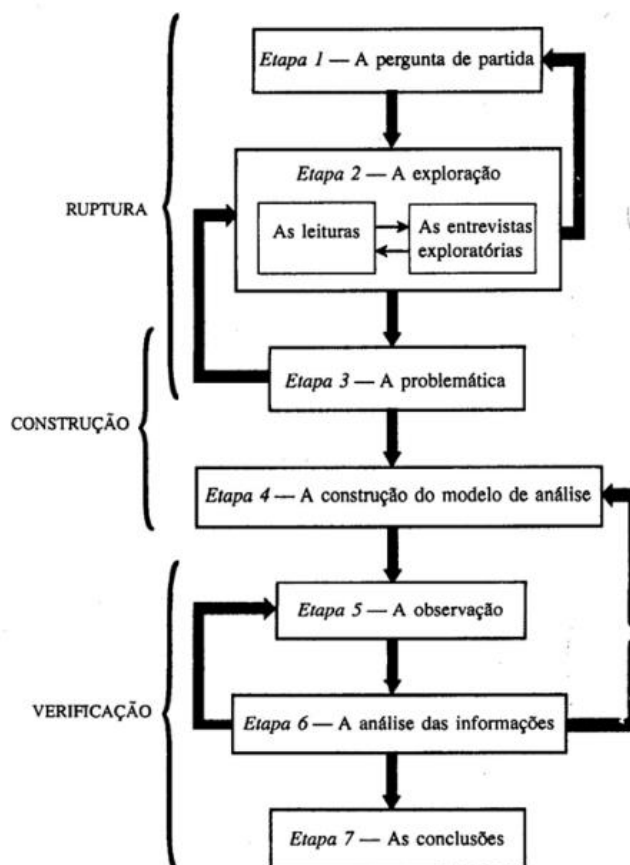


Figura 4 Princípios e Etapas da Investigação Fonte: (Quivy et Campenhoudt, 2008:27)

Sobre a rutura os autores referem que ela “...*consiste precisamente em romper com os preconceitos e as falsas evidências, que somente nos dão a ilusão de compreendermos as coisas. A rutura é, portanto, o primeiro ato constitutivo do procedimento científico*”. (Quivy e Campenhoudt, 2008:26)

Em relação à construção, afirma-se que “*Não pode haver, em ciências sociais, verificação frutuosa sem construção de um quadro teórico de referência.*”. (Quivy e Campenhoudt, 2008:28)

No que respeita à verificação “*uma proposição só tem direito ao estatuto científico na medida em que pode ser verificada pelos factos. Este teste pelos factos é designado por verificação ou experimentação.*” (Quivy e Campenhoudt, 2008:28).

No que concerne às etapas definidas pelos autores, também elas obedecem a determinados critérios que as esclarecem e justificam:

- Etapa 1: a pergunta de partida deve ser clara, exequível e pertinente;
- Etapa 2: na exploração devem ser efetuadas leituras, entrevistas exploratórias; e usados outros métodos exploratórios complementares;
- Etapa 3: na problemática é elaborada a abordagem teórica que se decide adotar para tratar o problema levantado pela pergunta de partida;
- Etapa 4: a construção do modelo de análise trata-se do prolongamento da problemática e é composto por conceitos e hipóteses;
- Etapa 5: a observação consiste em conceber, testar e recolher dados, sejam eles inquéritos, questionários, entrevistas, observação direta ou recolha de dados pré-existentes ou documentais;
- Etapa 6: na análise de informações faz-se a preparação dos dados, a análise dos mesmos e a comparação de resultados (tratamento das informações obtidas na etapa anterior);
- Etapa 7: as conclusões abordam em retrospectiva todo o procedimento seguido, uma apresentação pormenorizada que culmina nas considerações finais.

Dada a sua natureza, houve algum condicionamento em relação ao objeto de estudo, uma vez que é escassa a literatura existente em relação ao Município, assim como às suas políticas em relação ao Turismo para o horizonte 2020.

Assim sendo, importa portanto perceber como esta metodologia foi aplicada neste projeto:

Etapa 1 (Pergunta de Partida): “Como ampliar a atratividade turística de Vila Nova da Barquinha?”

Etapa 2 (A Exploração): nesta etapa procedeu-se à revisão bibliográfica e à análise dos vários Planos de Desenvolvimento, Planos de Ação e Planos Estratégicos em cada um dos níveis hierárquicos, desde a Europa ao Poder Local. Foram ainda realizadas entrevistas exploratórias semiestruturadas com o objetivo de obter o parecer e a visão de cada um dos entrevistados em áreas distintas como o próprio Poder Local, Cultura e Turismo, Ensino Superior e Desenvolvimento Local e Regional.

Etapa 3 (A Problemática): através da recolha de dados fornecidos quer pelas entrevistas, quer pela revisão da literatura, nesta etapa foi possível identificar alguns dos fatores que poderão eventualmente contribuir para responder à pergunta de partida enunciada anteriormente.

Etapa 4 (A Construção do Modelo de Análise): com base nas etapas anteriores, foi possível enunciar alguns dos conceitos mais pertinentes para o estudo em questão, assim como elaborar algumas hipóteses que permitem uma melhor abordagem ao fenómeno em estudo.

Etapa 5 (A Observação): esta etapa baseou-se essencialmente na recolha de dados, recorrendo à realização de entrevistas a “elementos chave” que, direta ou indiretamente estão envolvidos na temática em estudo. Procedeu-se também à recolha de dados documentais que serviram de base à elaboração do Modelo que se apresenta.

Etapa 6 (Análise das Informações): no seguimento da fase anterior, nesta etapa procedeu-se ao tratamento das informações obtidas, através da sua análise e enquadramento.

Etapa 7 (Conclusões): após percorrer todas as etapas anteriores, foi possível elaborar um modelo qualificador para V. N. da Barquinha, que se pressupõe contribuir para dar resposta à pergunta de partida.

Pretende-se desta forma, que o modelo agora criado possa ser operacionalizado e posto em prática no Município da Barquinha, com o intuito de contribuir para a sua qualificação enquanto destino turístico, ampliando dentro do possível a sua atratividade turística.

Em suma, após a escolha da temática central a ser investigada neste projeto, “O Turismo enquanto qualificador de um Município – O caso de Vila Nova da Barquinha”, foi elaborado um processo de investigação composto por etapas distintas mas interligadas, que permitiram de certa forma responder à pergunta de partida colocada inicialmente: Como ampliar a atratividade turística de Vila Nova da Barquinha?

Numa fase inicial foram abordados conceitos considerados pertinentes para uma melhor compreensão da temática em estudo e de certa forma para contextualizar o estudo realizado. São conceitos generalistas e transversais à indústria do Turismo, enunciados por autores que se dedicam à investigação na área do Turismo.

Posteriormente, procedeu-se à revisão da literatura e à análise do estado da arte. Nesta etapa foram analisados documentos oficiais emanados pela Comissão Europeia e adaptados à realidade nacional, quer num sentido mais abrangente (Turismo 2020, Turismo Centro de Portugal), quer num sentido mais restrito e regional (CIMT e Vila Nova da Barquinha). Estes documentos expressam as metas e os objetivos a alcançar no horizonte 2020, elaborados em forma de Planos diversos.

Numa terceira etapa, realizou-se a análise e a descrição do objeto de estudo, Vila Nova da Barquinha. Foram abordados itens relativos à sua história e localização geográfica, assim como os recursos naturais existentes. Foram ainda enunciados aspetos relativos ao alojamento, restauração e aventura bem como ao calendário anual das principais festividades e eventos. Numa vertente mais turística, fez-se o levantamento do património histórico-religioso e dos espaços culturais mais relevantes passíveis de serem visitados.

De seguida, foi feita a recolha de dados pelo método de entrevistas semiestruturadas exploratórias. Ou seja, mais do que obter dados específicos ou verificar hipóteses, com estas

entrevistas pretendeu-se uma reflexão sobre as temáticas questionadas. Dada a posição e/ou cargo que ocupam na envolvente do Turismo, na área académica e na administração local, a sua visão e apreciação da realidade atual face ao Turismo e às questões mais diretamente relacionadas com a problemática de estudo, torna-se fulcral e imprescindível para a concretização deste projeto.

Por fim, procedeu-se à elaboração de um modelo qualificador que de alguma forma se enquadrasse e adaptasse à realidade de Vila Nova da Barquinha. Para o efeito, foi necessário analisar e perceber quais as variáveis que melhor qualificavam um destino turístico. Foram ainda analisados modelos já existentes, como o caso da Certificação Herity, assim como espetos relacionados com a gestão da qualidade.

A figura que se segue, resume de forma esquemática todo o processo de investigação adotado para a realização deste projeto. O Modelo Qualificador QUALIFITUR é, metodologicamente, a referência conceptual e de trabalho no território de VNB e será acionado nos anos de 2017 e de 2018 prevendo-se a elaboração de um Relatório Final decorrente do trabalho de Estágio que está previsto para experimentação do mesmo e sob nossa orientação em articulação com o IPT e a CMVNB

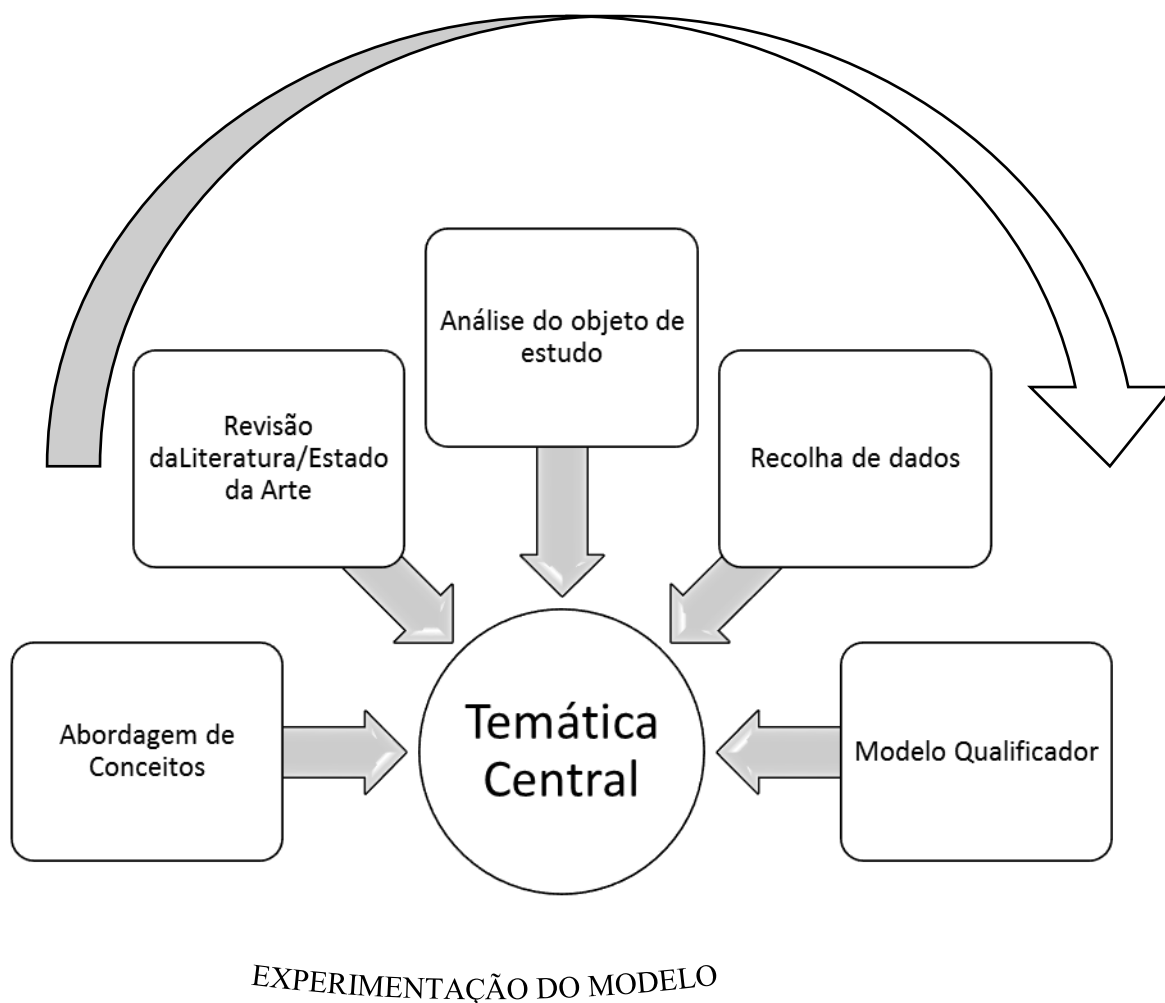


Figura 5 Esquema do Processo de Investigação Fonte: Elaboração Própria

Como se poderá observar, a elaboração deste Modelo foi possível dada a colaboração obtida tanto na definição da estratégia de investigação, quanto na ação de trabalho de campo que, subdividida em tarefas diversas, foi alvo de interesse e disponibilização de dados pelas organizações e pessoas contactadas e que forneceram as informações que sustentam este Modelo.

Com a obtenção desses dados a importância do estudo foi aumentada pelo facto de a componente territorial, dada a sua pequena dimensão, nos permitir esboçar um olhar global e simultaneamente um olhar de detalhe que permite passarmos a dispor de uma abordagem eventualmente de utilidade concreta para ajudar à tomada de decisão sobre o Turismo desenvolvido no município do Vila Nova da Barquinha.

## **Capítulo 1 – Enquadramento Conceptual**

### **1.1. Introdução**

Com este capítulo pretende-se contextualizar e enquadrar a temática abordada tendo em conta a compreensão de conceitos ligados à área do Turismo.

Após a revisão da literatura de autores nacionais e internacionais, foi possível enunciar conceitos que nos permitem uma maior explicitação sobre as vertentes enunciadas neste projeto, diretamente relacionadas com o Turismo e a sua abordagem na perspetiva da qualificação dos destinos. Esses conceitos foram sintetizados num esquema apresentado de seguida, por forma a facilitar uma melhor compreensão e o qual passaremos a interpretar no subcapítulo que se segue.

Sendo a área do Turismo vasta, apenas serão expressos os conceitos que nos parecem mais relevantes e pertinentes, dentro do contexto deste projeto e que nos ajudam à sua compreensão, interpretação e enquadramento e a permitirem apresentar a nossa proposta.

### **1.2. Revisão de Literatura**

No seguimento da revisão da literatura, tendo por base a temática deste projeto “O Turismo enquanto qualificador de um Município – O caso de Vila Nova da Barquinha”, foi possível enunciar um conjunto de conceitos que nos ajudam na compreensão, contextualização e interpretação da proposta apresentada.

Na figura que se segue estão representados esses mesmos conceitos, de forma esquematizada, e que serviram de base à elaboração deste capítulo.

Subdividimos a temática central em três partes, correspondendo cada um dos conceitos à interpretação de cada uma dessas partes. Embora o esquema aponte para uma subdivisão, o mesmo tem que ser analisado como um todo, na medida em que os conceitos se encontram relacionados e são parte integrante de um mesmo sistema turístico.

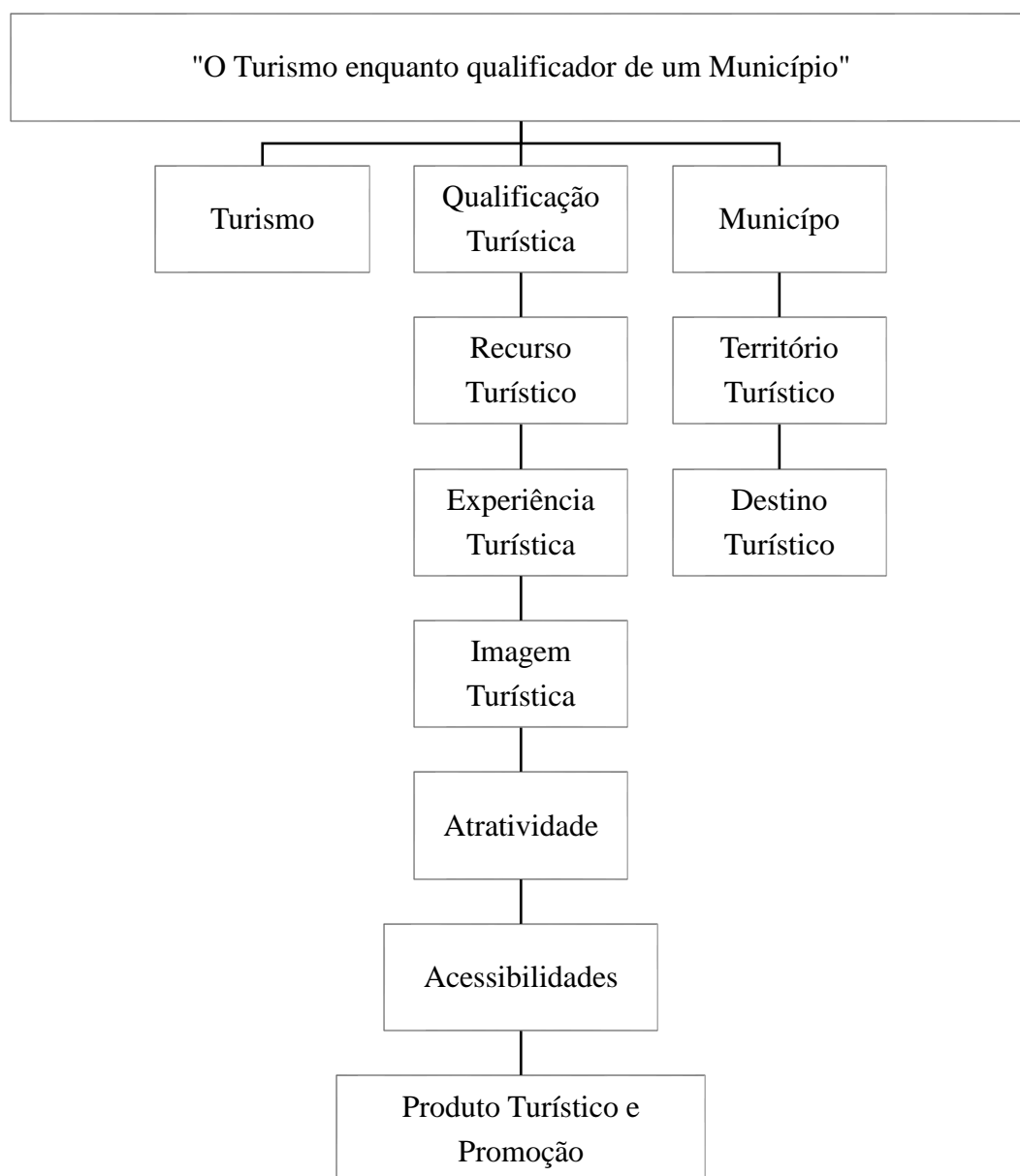


Figura 6 Esquema de revisão da literatura: conceitos Fonte: Elaboração Própria



Analizando e interpretando de forma sucinta a figura apresentada, percebemos de que forma estes conceitos se enquadram na temática, assim como a sua interligação e dependência.

Estando o objeto de estudo relacionado com a qualificação de um município, em termos turísticos, iniciamos esta abordagem com a apresentação do conceito de Turismo. Pretende-se uma definição simplificada mas esclarecedora que ilustre de forma resumida um conceito complexo.

Tendo em conta as linhas orientadoras desta investigação e com vista à elaboração do modelo qualificador apresentado num posterior capítulo, importa perceber o que é a qualificação turística e quais as variáveis passíveis de integrar essa qualificação. Seguindo esta linha de pensamento, foi possível através da revisão da literatura expor alguns conceitos que justificam essa qualificação e/ou que poderão estar na base do alcance dessa qualificação.

Como já referido anteriormente, esses conceitos estão relacionados entre si e são dependentes uns dos outros, criando por vezes alguma confusão quanto ao seu significado.

Das inúmeras possibilidades que poderão contribuir para a qualificação de um destino, ou de um município enquanto destino turístico, optamos por refletir sobre aquelas que nos parecem mais pertinentes e mais fáceis de alcançar num município de pequenas dimensões como o de Vila Nova da Barquinha.

A qualificação turística assume assim um papel cada vez mais importante num destino que se quer afirmar como um destino de excelência, como pudemos constatar pelo Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto. Para uma sociedade cada vez mais exigente importa que os destinos saibam corresponder a essas exigências, superando as expectativas dos turistas. A aposta na qualidade traduz-se na satisfação do cliente e na consequente melhoria da oferta a todos os níveis.

Para tal importa que cada destino, ou neste caso município, proceda ao levantamento de todos os recursos endógenos existentes e passíveis de serem transformados em recursos turísticos, ou melhor, em atrativos. O conhecimento da matéria-prima existente permite um maior e melhor planeamento em termos turísticos, na medida em que permite a criação de novos produtos ou a reformulação de produtos já existentes.

Posteriormente a este processo de inventariação, após esses recursos serem intervencionados com o propósito de serem transformados e permitirem a fruição turística, importa ao município avançar para a promoção do mesmo, recorrendo para o efeito a estratégias de marketing adequadas. Neste processo de promoção, importa referir a importância que a informação assume. O Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto (ponto 1, art.º 15) refere precisamente que “ *A informação ao turista deve evoluir para o funcionamento em rede através da criação de uma rede nacional de informação turística, que garanta a qualidade e um nível homogéneo da informação prestada ao turista, independentemente do ponto em que seja solicitada, e na qual se privilegie a maior interação possível com os turistas.*” Neste sentido, compete às entidades públicas e privadas produzir conteúdos e disponibilizá-los aos turistas.

Alavancando a promoção, através da disponibilização de informação e conteúdos, de uma comunicação eficaz e incentivando o investimento público e privado, pretende-se não só atrair novos fluxos turísticos como também solidificar “marcas” e contribuir para o desenvolvimento económico local.

Estas iniciativas contribuem não só para a promoção do local, produtos ou serviços, como também para expandir a imagem do destino. A imagem de um destino influencia o comportamento do consumidor final, não obstante a sua cultura, religião, hábitos e costumes, valores e crenças ou mesmo a influência de campanhas de marketing.

Para a projeção de uma imagem apelativa e bem conseguida, contribuem outras variáveis como a atratividade e a experiência turística. A atratividade de um destino provém em grande parte da correlação entre a experiência e a imagem desse destino e como nos diz JAFARI (2000), contribui para aliciar turistas. Se por um lado a experiência é algo muito pessoal e varia de indivíduo para indivíduo, pode estar relacionada com um único produto ou por um conjunto de produtos, não deixa por outro lado de estar diretamente relacionada com a envolvente em que é vivenciada.

Embora exista um vasto leque de fatores sociais, económicos e culturais que influenciam ou condicionam a vivência da mesma experiência por cada um, a imagem e a perceção dela por parte dos turistas é também um fator a considerar.

Numa altura em que a inclusão social assume um papel relevante no quotidiano das sociedades atuais, importa salientar a relevância das acessibilidades. Trata-se de um tema importante e de debate a nível mundial e que tem inclusive legislação própria. É uma das vertentes com maior relevo para o setor do turismo que se quer inclusivo.

A questão das acessibilidades impulsiona a mobilidade e a captação de turistas, contribuindo para o aumento da competitividade dos destinos. É uma vertente que ajuda a melhorar todos os conceitos inumerados até aqui, na medida em que pode proporcionar experiências (ainda quem em alguns casos adaptadas) a turistas que sofram de algum tipo de incapacidade e contribui para melhorar a imagem e atratividade quer da oferta turística, quer do próprio destino.

Como se pode constatar, todas estas variáveis se relacionam direta ou indiretamente, com maior ou menor relevância, quando se fala na qualificação turística. Essa qualificação engloba toda a oferta turística, os produtos e recursos, assim como os recursos humanos da Indústria do Turismo.

Uma vez que falamos do Turismo e da qualificação de um município, nesta última subdivisão foi importante perceber a conexão entre o território município e o território turístico, que neste caso se traduz na conversão em destino turístico.

O território por si só compreende uma certa delimitação geográfica com um sistema político organizacional, apoiado por infraestruturas e serviços públicos, dotado de órgãos representativos.

Neste sentido o que distingue um território comum de um território turístico é simplesmente a capacidade deste atrair turistas até si, recorrendo a uma oferta turística que se quer variada, transformando-se desta forma num destino turístico.

Território e destino turístico são assim conceitos intimamente relacionados, contudo o destino turístico nem sempre se traduz num território único e específico. Um destino pode contemplar um ou vários locais (por exemplo as Rotas) ou até mesmo ser considerado um destino “móvel”, como é o caso dos Cruzeiros. De igual modo, de um destino turístico são parte integrante componentes como os produtos turísticos, as infraestruturas e os recursos., segundo MACHADO (2008). É comum o destino turístico ser confundido com o produto em si, ou seja, os destinos são considerados o próprio produto,

como parte integrante da oferta turística. A ligação entre os conceitos é tão ténue que muitas das vezes se confundem os termos.

Na sequência desta abordagem, são de seguida apresentados individualmente todos os conceitos referidos anteriormente e que sustentam o modelo de qualificação que se pretende elaborar posteriormente.

### **1.2.1. Turismo**

O Turismo pode ser visto como uma indústria multissetorial e uma área de estudo verdadeiramente multidisciplinar. Numa tentativa de simplificar o termo “turismo”, uma definição de JAFARI, J. (2000:585) tem-se popularizado nos últimos tempos: “*O Turismo é definido como, não só o estudo do homem (o turista) fora do seu habitat natural, incluindo a rede e estrutura do turismo que responde às suas várias necessidades, mas também os locais de onde provêm estes turistas e para onde se deslocam*”. Pretende-se desta forma aglomerar no estudo do turista todas as opções que influenciam a escolha do destino, tendo por base a sua procedência e fatores diversos como os sociais, económicos ou culturais.

Uma outra definição simples encontra-se expressa no Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto (alínea a), art.º 2) que estabelece as bases das políticas públicas de turismo e que nos diz que o Turismo é “*(...) o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as atividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades*”. Constata-se assim, que ao setor do Turismo importa perceber as motivações dos deslocamentos do turista, com vista a perceber de que forma as suas necessidades podem ser atendidas e quais os fluxos económicos que esses deslocamentos geram nas economias dos destinos.

### **1.2.2. Destino Turístico**

O destino turístico é um conceito operacional que a terminologia turística utiliza para caracterizar um território cuja influência da procura turística é relevante. Tal como definido por JAFARI (2000:144) poderemos considerar o “*(...) destino turístico como o*

*local para onde o turista escolhe viajar com o intuito de passar tempo fora do seu local habitual de residência.*” Este “local” pode ser tão variado como: uma cidade, uma vila, uma aldeia, uma região, uma ilha ou até mesmo um país. Pode ainda contemplar apenas um único local ou vários, como parte de uma rota ou um cruzeiro, neste último considerado um “destino móvel”. Deste conceito depreendemos que o destino turístico é qualquer outro destino que não a residência oficial do turista, independentemente do motivo que origina a deslocação.

É frequente os termos “destino” e “produto” turístico serem confundidos, uma vez que o destino é muitas vezes considerado um produto turístico por si só. Para muitos autores, o destino trata-se de uma determinada área geográfica com uma elevada concentração de produtos turísticos que podem ser adquiridos e experienciados. Desta forma, os destinos turísticos podem ser vistos como parte integrante de produtos da indústria turística.

A escolha de um destino torna-se portanto fulcral nos estudos de investigação relacionados com a decisão do consumidor, no que respeita à escolha de um determinado destino em detrimento de outros.

A Organização Mundial de Turismo (1998) citada por MEDINA, B., (2013:43) define destino turístico como *“Um espaço físico no qual um visitante permanece pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos, abrangendo infraestruturas de suporte e atrações, e recursos turísticos à distância de um dia de viagem de ida e volta. Possui delimitação física e administrativa que circunscreva a sua gestão, e uma imagem e percepção definindo a sua competitividade de mercado.”* Nesta definição, a OMT sintetiza as componentes de um destino turístico. Além da delimitação física e administrativa territorial, o destino comporta também todas os recursos e atrativos da oferta turística que esse destino possui, quer ao nível das infraestruturas quer ao nível da animação turística.

Segundo JAFARI, (2000:146) existem três tipos de destinos turísticos: urbanos, rurais e *resort*. Estes são qualificados segundo alguns elementos da oferta, ou seja, a experiência do visitante, a imagem do destino e a sua atratividade, que em conjunto com o marketing e a organização estratégica definem a gestão desse destino.

### 1.2.3. Recursos Turísticos

São os recursos endógenos que, convertidos em atrativos turísticos podem classificar-se como recursos turísticos na medida em que com essa transformação são alvo da escolha dos operadores para criarem os seus pacotes do lado da oferta turística. Assim, no que respeita aos recursos turísticos, o Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto (alínea b), art.º 2º), que estabelece as bases das políticas públicas de turismo, diz-nos que são “ (...) *os bens que pelas suas características naturais, culturais ou recreativas tenham capacidade de motivar visita e fruição turísticas*”. Partindo destes recursos naturais, culturais ou recreativos, verifica-se a necessidade de intervenção por forma a converte-los em recursos turísticos. Essa intervenção deverá ser adequada ao tipo de recurso em questão, não havendo uma intervenção generalizada ou sistematizada. Há que ter em consideração o tipo de recurso, a sua envolvente e o propósito da sua transformação.

Segundo COELHO, J. P. (2011:17) “ (...) «recursos» e «atrativos» não possuem o mesmo posicionamento no sector da atividade turística. É necessário realizar um processo de trabalho sobre o recurso turístico, de forma a este ser transformado em atrativo turístico. (...) pois os recursos revelam-se como a base para o desenvolvimento da atração e, por sua vez, os atrativos como um componente de elevada importância para o sistema turístico porque são também os designados PITs – Pontos de Interesse Turístico. O efeito de elevar o nível do recurso para atrativo é um aspeto fundamental como afirma Jafari.”

Depreendemos desta afirmação, que um recurso por si só pode não ser um atrativo. É neste sentido, e para que se dê a sua ativação e fruição turística, que se verifica a necessidade de trabalhar os recursos por forma a torna-los atrativos. Como já referido anteriormente, esse trabalho varia consoante a tipologia de recursos e o seu propósito, podendo passar simplesmente pela interpretação do recurso ou pela requalificação do mesmo através de intervenções a nível arquitetónico e/ou paisagístico.

### 1.2.4. Experiência Turística

A experiência do visitante, de acordo com JAFARI (2000:249), é o estado interno do indivíduo causado por algo sentido, sofrido ou vivenciado a nível pessoal. A experiência turística trata das vivências que o turista experimenta durante a sua estadia no destino. A questão sociopsicológica do estudo da experiência turística reflete-se no aspeto da qualidade das suas experiências em viagem relativamente às experiências do dia-a-dia.

Em tempos, o ato de viajar era uma experiência assustadora mais do que propriamente agradável, contudo alguns indivíduos (exploradores e aventureiros), encontraram nesse ato perigos e desafios que satisfaziam os seus propósitos de viagem.

TUNG, V & RITCHIE, J (2011:4), definem experiência turística como a relação entre pessoas e mundo que os rodeia, dependendo do local onde estes se encontram e da sociedade à qual estes pertencem. Os mesmos autores, citando RYAN (1997), aprofundam esta questão analisando a satisfação da experiência turística. Deste modo, uma experiência satisfatória pode ser percebida como a “ (...) *harmonia entre a procura da experiência e a oferta do destino*”, enquanto a “ (...) *insatisfação é a falha entre a experiência e a expectativa*”. Sobre esta temática importa perceber o meio envolvente das experiências. Para esta equação contribuem não só fatores socioeconómicos, como também culturais e intelectuais, relacionados com a proveniência do turista e com o destino onde se vivencia a experiência.

Uma mesma experiência poderá não ter o mesmo significado e nível de satisfação para dois indivíduos diferentes, na medida em que as expectativas e os níveis de exigência de cada um poderão ser diferentes.

Nas conclusões de estudo apresentadas por TUNG, V & RITCHIE, J, (2011:11), são-nos apresentadas quatro dimensões que representam os aspetos da experiência turística que os tornam verdadeiramente memoráveis: “*o efeito, a expectativa, a consequência e a recolção*”. No que respeita ao efeito, são consideradas emoções e sentimentos positivos (felicidade, divertimento e entusiasmo), associados à experiência vivida como influentes no aumento da qualidade da experiência. A expectativa relaciona-se especificamente com o cumprimento das intenções ou descrições do turista durante a visita, que correspondam ou ultrapassem a agenda inicialmente considerada por este. A dimensão da consequência na

experiência turística está ligada à importância pessoalmente percebida no seguimento da viagem. A última dimensão a abordar diz respeito à dimensão da recordação, que se traduz pela recolha da experiência turística (compra de *souvenirs*, partilha de fotografias e de histórias) e o efeito dessa recolha no regresso dos visitantes ao destino.

Numa outra abordagem, segundo COELHO, J. (2011:20), citando SUNDBO, DARMER, (2008:1) “ *A experiência é um facto de relevância no turismo. (...) experience can consist of a product, for example a theatre play. An experience can also be a supplement to the product, such as a dinner at a certain restaurant, or the experience can be the whole package, making the experience not just a product, but a mental process, a state of mind (...)*”. Segundo esta abordagem, a experiência pode estar relacionada com um ato isolado em si, um único produto, ou a conjugação de vários produtos, na forma de pacote turístico. Pode ainda ser considerada uma espécie de “suplemento” ou “bónus” se não se tratar do propósito principal da viagem ou do destino. Neste último caso, a importância da experiência poderá ser enaltecida pelo efeito surpresa e pela excedência das expectativas.

### **1.2.5. Imagem Turística**

A perceção dos visitantes é importante para o planeamento dos destinos turísticos. Por isso, todas estas questões de satisfação na experiência turística, relatadas anteriormente, estão ligadas à imagem de um destino. De acordo com MEDINA, B. (2015:43), citando STERN et al (2001), citado em RODRIGUES (2008:22) “*A imagem de um destino pode ser entendida como sendo concebida do resultado de uma transação pela qual os sinais emitidos por uma unidade de marketing são recebidos por um recetor e organizados para uma perceção mental na unidade emissora (...) uma construção que consiste na representação mental de crenças, sentimentos e impressão geral de um indivíduo sobre um objeto ou destino*”. É possível observar nestes autores uma forte ligação entre o conceito de imagem turística e as dimensões mencionadas anteriormente no conceito de experiência turística.

Como nos refere MEDINA, B. (2015:43), citando JENKINS (1999:1), “*Na Psicologia, o conceito de imagem tende a referir-se a uma representação visual, enquanto na Geografia Comportamental a definição é mais holística e inclui todas as impressões associadas, conhecimentos, emoções, valores e crenças. No âmbito do marketing, as*



*definições focam os atributos que formam a imagem e relacionam-na com o comportamento do consumidor.”. A perceção da imagem de um destino engloba desta forma todo um conjunto de variáveis não só características do local em si (localização geográfica, morfologia do terreno, recursos endógenos, etc.), como também características muito próprias da personalidade de cada um (sentimentos, emoções, cultura, crenças e costumes, etc.)*

TASCI, A. & WILLIAM, G. & CAVUSGIL, S. (2007:194), reforçam a importância da imagem do destino, pois esta tem um peso no comportamento do consumidor, motivo pelo qual os agentes de marketing dos destinos lhe dão uma especial atenção. Nesta perspetiva importa portanto perceber se existe um nicho específico com interesse num determinada destino ou se se trata de um destino generalista, que poderá ter um público-alvo mais abrangente e menos específico. Consoante estas realidades, o marketing trabalha a imagem de um destino por forma a satisfazer os interesses e desejos do seu mercado alvo, tentando influenciar as suas escolhas.

### **1.2.6. Atratividade Turística**

É a atratividade turística que tem influência nos resultados económicos que demonstram a capacidade económica de um destino turístico. Nesta lógica, da correlação entre as questões da experiência do visitante e da imagem dos destinos, nasce a necessidade de se abordar neste estudo a questão da atratividade turística.

A atratividade, como nos diz JAFARI, J. (2000:71) é a medida quantitativa da habilidade do destino para atrair turistas a si próprio.

Já o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa define atratividade como sendo uma “*qualidade de atrativo*”.

Na área do turismo, um atrativo pode ser considerado, todo o objeto que crie uma força ou vontade no turista de deslocar-se a determinado local. Esta definição é-nos proposta por LEIPER, N. (1990:367-384), “Tourist attraction systems”, porque defende que um atrativo é mais do que apenas um sítio ou evento, mas sim uma parte integral de um sistema turístico muito maior que engloba turistas e agentes de marketing.

JAFARI (2000) contrapõe ainda, afirmando que nenhum local, paisagem ou evento é um atrativo por si só. Estes apenas se tornam atrativos quando existe um sistema turístico que os designe e eleva para o estatuto de atrativo. Desta forma, qualquer objeto poderá potencialmente ser um atrativo, no entanto têm de estar associados a um local. Este fator diferencia um atrativo de um outro bem consumível, na medida em que um qualquer bem pode ser levado até ao consumidor, enquanto um atrativo tem uma intenção inversa, ou seja, levar o turista até ele para o fruir. O autor, baseando-se no trabalho de MACCANNEL da década de 70, define três componentes essenciais para o sistema de atração: um objeto ou evento (que representam o foco de interesse), um visitante/turista (que pretende experienciar ou consumir o objeto ou evento) e uma marca que faz a ligação entre o objeto e o turista, que tem a função de explicar a razão de interesse do objeto/evento. Curiosamente os atrativos são maioritariamente recursos culturais ou naturais, que após o processo de transformação, passam a ser considerados produtos turísticos.

VENGESAYI, S. (2003:236), defende que a atratividade de um destino é refletida nos sentimentos e nas opiniões dos seus visitantes e está diretamente relacionado com a capacidade desse destino satisfazer as suas necessidades. Quanto mais preparado estiver um destino para satisfazer as necessidades do turista, maior se torna a sua atratividade e a probabilidade de ser escolhido como destino turístico em detrimento de outros.

VENGESAYI, S. (2003:238) refere ainda que a atratividade é “ (...) *a habilidade do destino para fornecer benefícios individuais*”. Esta habilidade é valorizada pelos elementos que compõe um destino e ajudam o turista a avaliar o grau de atratividade do destino e a formular a sua escolha.

JAFARI (2000) defende ainda uma abordagem à atratividade a quatro níveis: exógeno simples, exógeno complexo, exógeno inferido e endógeno. A primeira abordagem refere-se ao uso de uma variável singular tal como o número de quartos de hotel num destino para definir a atratividade do mesmo. A segunda abordagem combina duas ou mais variáveis descritivas, como por exemplo as horas de sol diárias e a temperatura de um destino, num índice compósito, analisando a combinação das duas variáveis. A abordagem exógena inferida baseia-se num método de contagem para aferir o número de visitantes dum determinado destino comparativamente com outros destinos, apurando assim as preferências

do turista na seleção do destino. Por último, a abordagem endógena define atratividade como um modelo de previsão de visitantes, baseado num coeficiente estatístico estimado.

### **1.2.7. Acessibilidades**

A acessibilidade e a capacidade de comunicação do destino ao mercado são condições básicas para o sucesso dos investimentos turísticos. De acordo com o “Manual sobre Turismo Acessível para todos: Princípios, Ferramentas e Boas Práticas”, (2014) o “*(...) acesso direto e pessoal de cada ser humano ao descobrimento da riqueza do nosso planeta é uma condição indispensável para exercer o direito ao turismo da parte de todos os cidadãos.*”. No entanto existe um longo caminho a percorrer para chegar a essa realidade no setor do turismo.

Para a Direção-Geral do Património Cultural a acessibilidade é uma questão de direitos humanos, reconhecida mundialmente por leis próprias. Define-se como o direito à igualdade de oportunidades, à não discriminação, à inclusão e à participação em todos os aspetos relacionados com a vida em sociedade. Não se trata somente do acesso físico a infraestruturas, mas também ao acesso social, intelectual, cultural e económico ao Património Cultural. Neste sentido, a acessibilidade deve ser encarada como um serviço público integrado que deve atravessar todos os setores de atividade das instituições e implicar todos os que lá trabalham.

A Organização Mundial de Saúde publicou em 2001 o caderno técnico “Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde”, onde refere que na atualidade o termo “deficiência” deve ser substituído por “incapacidade”. Teve-se em consideração a relação da pessoa com o meio envolvente e foi desenvolvido com base em dois conceitos: a funcionalidade e a incapacidade, que pressupõem fatores biológicos, psicológicos e sociais. Ou seja, a deficiência pode ser um motivo de incapacidade, mas esta última é muito mais abrangente e independente da deficiência. A deficiência não significa necessariamente incapacidade.

O próprio Decreto-Lei n.º 191/2009 (ponto 1, art.º 13) refere que “*As acessibilidades constituem um fator fundamental para a mobilidade e captação de turistas*

*e para o aumento da competitividade de Portugal enquanto destino turístico.”. No mesmo Decreto refere-se ainda a necessidade de as políticas públicas promoverem a mobilidade, quer de turistas nacionais ou estrangeiros, através da qualificação e reforço de ligações e infraestruturas de transportes. De igual modo, refere a promoção da mobilidade no território nacional, recorrendo à criação de circuitos turísticos integrados (redes de ciclovias e de caminhos pedonais).*

O Decreto-Lei n.º 163/2006 de 8 de Agosto refere que *“A promoção da acessibilidade constitui um elemento fundamental na qualidade de vida das pessoas, sendo um meio imprescindível para o exercício dos direitos que são conferidos a qualquer membro de uma sociedade democrática, contribuindo decisivamente para um maior reforço dos laços sociais, para uma maior participação cívica de todos aqueles que a integram e, consequentemente, para um crescente aprofundamento da solidariedade no Estado Social de Direito”*.

Na Resolução do Conselho de Ministros n.º 9/2007 que contem em anexo o Plano Nacional de Promoção de Acessibilidades verifica-se a importância das acessibilidades na medida em que através destas se combate a exclusão social, se atenuam preconceitos e se combatem as práticas discriminatórias, ao mesmo tempo que se tem a oportunidade para inovar e para promover a qualidade, a sustentabilidade e a competitividade.

Sendo a Inclusão um dos objetivos prioritários promovidas pela Comissão Europeia, neste anexo da Resolução pode ainda ler-se que: *“A acessibilidade ao meio físico edificado, aos transportes e às tecnologias da informação e das comunicações, a par da mudança de atitudes da população em geral face às pessoas com deficiência, constitui uma condição indispensável para o exercício dos direitos de cidadania por parte destes cidadãos. A promoção da acessibilidade é uma questão chave para atingir os quatro objetivos da estratégia do Conselho Europeu de Lisboa: aumentar a competitividade, alcançar o pleno emprego, reforçar a coesão social e promover o desenvolvimento sustentável.”* Tal como referido no Relatório da Comissão Europeia «2010: Uma Europa Acessível a Todos» (Fevereiro de 2004), a acessibilidade deve ser considerada de forma global e integrada em todos os domínios da ação política (construção, saúde, segurança no trabalho, tecnologias da informação e da comunicação, concursos públicos para adjudicação de equipamentos, estudos ou trabalhos, educação, recreação e lazer, etc.) e deve concretizar-se em coordenação

com todos os agentes envolvidos (da política social, do planeamento urbano e do território, das tecnologias da informação e das comunicações, da construção civil, dos transportes e outros). De igual modo, a acessibilidade deve ser levada em consideração na conceção de produtos e na sua promoção dos mesmos e das marcas e destinos.

### **1.2.8. Produto Turístico e Promoção**

Como se tem demonstrado na revisão de literatura o produto turístico é, como refere BENI, compósito, na medida em que agrega elementos relacionando-os entre si e tomando uma forma homogénea quando estes são agregados num pacote turístico. Para COELHO, J. (2011:31) o produto turístico *“deverá ser construído com base na intenção de proporcionar a experiência ao consumidor, passando por vários enquadramentos de aplicabilidade, nomeadamente na área da autenticidade. No entanto, as atenções não deverão ser exclusivas para o produto em si, pois, de igual forma, os próprios componentes do produto podem ser consumidos de forma isolada, no intuito de se obter também uma nova experiência.”*

Com base na sua visão crítica sobre esta temática MEDINA, B. (2015:53), afirma que *“ (...) um produto turístico é produzido e consumido num determinado local. (...). O produto é composto, diferenciado e relacionado em segmentos e contributos que entre si, criam o denominado produto turístico. (...) O produto turístico pode ser compreendido como o resultado entre os recursos naturais e culturais e os serviços disponibilizados por esse determinado local, com o intuito de despertar o interesse num número significativo de pessoas dispostas a consumir o produto oferecido com as singularidades que lhes são compreendidas”*. MEDINA, B. (2015:54), citando COELHO (2011), GOELNER & RITCHIE (2006), HO & MCKERCHER (2004), CUNHA (2008), menciona ainda que *“O produto turístico pode ser definido como tudo o que um mercado oferece para satisfazer as necessidades ou desejos dos consumidores. Ao observar-se que os recursos na sua forma original não são mais que a matéria-prima dos futuros atrativos, torna-se perceptível a sua importância e a sua aplicação destes na atividade turística.”*

Admite-se portanto a necessidade de intervencionar os produtos enquanto matéria-prima, passando por um processo de transformação, obtendo como resultado final um atrativo turístico, passível de ser fruído e consumido pelo turista.

No que respeita à promoção turística, o Decreto-Lei n.º 191/2009 (ponto 1, art.º 12º) menciona que *“A promoção turística tem como objetivos principais o crescimento de receitas turísticas em proporção superior ao aumento do número de turistas e aos demais indicadores da atividade, em particular nos mercados emissores tradicionais, a progressiva diversificação de mercados emissores e o aumento do volume de consumo turístico interno”*. Isto pressupõe em termos gerais, e a nível nacional, o posicionamento da marca “Portugal” baseado em fatores distintivos sólidos que conduzam a uma comunicação eficaz; reforço e desenvolvimento das marcas regionais em articulação com a marca principal; progressiva participação do setor privado na promoção; aumento da profissionalização dos agentes envolvidos na promoção externa; captação de eventos, reuniões e congressos quer nacionais, quer internacionais.

### **1.2.9. Território Turístico**

O Turismo é uma atividade que consome território e influencia a cultura local tanto institucional, quanto empresarial e social. Segundo MACHADO, V. (2008:28), citando LONG (1994) e REIS (2007), *“ (...) um território é um fator político organizacional providenciando identidade, sentido de lugar, segurança e estímulo; um objeto que deve ser interpretado enquanto lugar de relações de poder”*.

Ainda segundo MACHADO, V. (2008:31) *“ (...) um “território turístico” constituído, designadamente, por infraestruturas, serviços públicos, atrações com capacidade de captar visitantes, investimentos e capitais, gerando incremento do valor de uso de tais bens ou recursos, é um instrumento fundamental de comunicação, de alinhamento entre organizações e entre estas e o seu ambiente institucional, base para legitimação e controlo de exercício de um poder, tal como o crescimento das funções urbanas nas cidades.”*

MACHADO, V. (2008:59) define desta forma o território turístico como sendo “ (...) *uma organização fundada num consenso formal, reconhecido numa determinada sociedade por uma estrutura de poder, para estimular e garantir transações entre essa organização e o turismo numa determinada área geográfica.*”

Verifica-se assim que o que distingue um território comum dum território turístico é tão-somente a capacidade deste atrair o Turismo até si, recorrendo para isso a uma oferta turística variada. Essa oferta parte muitas vezes da transformação de recursos endógenos em recursos e atrativos turísticos, apoiada em infraestruturas e meios complementares.

MEDINA, B. (2015:49), define território “ (...) *como um local onde existe uma relação direta de disputa de poder*” e que “*A prática do turismo numa determinada área leva à formação dos territórios turísticos*”.

Um território que se sirva dos seus recursos endógenos e permita a sua fruição transforma-se num território turístico.

MEDINA, B. (2015:49), citando SANTOS (1999:21), apresenta uma outra definição de território, ou seja, trata-se de um “*Conjunto de sistemas naturais mais os acréscimos históricos materiais impostos pelo homem. Ele seria formado pelo conjunto indissociável do substrato físico, natural ou artificial, e mais o seu uso, ou, em outras palavras, a base técnica e mais as práticas sociais, isto é, uma combinação de técnica e de política. Os acréscimos são destinados a permitir, em cada época, uma nova modernização, que é sempre seletiva*”

Um território que se quer turístico, serve-se da sua geomorfologia, aliada à cultura, história e infraestruturas naturais ou artificiais, para completar o leque de oferta e atrair até si fluxos turísticos.

### **1.2.10. Qualificação Turística**

O planeamento de qualquer destino turístico deve ser realizado numa perspetiva de qualidade. Assim e segundo FERNANDES, G et al (2013:187), a informação é um aspeto fulcral para a promoção de destinos e produtos turísticos e leva a formas e meios de comunicação cada vez mais sofisticados “ (...) *procurando divulgar o turismo e criar*

*condições favoráveis para chegar aos potenciais interessados.”. Tendo em conta a incansável procura de informação por parte do cidadão em geral e o turista em particular (aspetos relacionados com o destino, alojamento, atividades, produtos, entre outros) é importante que o destino corresponda na oferta de informação disponível. FERNANDES, G et al (2013:188) alerta ainda para a importância da procura de informação que está associada a questões de risco – financeiros e emocionais – para o consumidor. Neste sentido é necessária a identificação de canais e entidades que garantam confiança na disseminação da informação, pois estes critérios são decisivos na viagem, na duração da estadia e nos bens e serviços que o visitante está disposto a adquirir.*

Para este autor, citando KIRIAKOU (2006) “ (...) *a qualidade da informação turística e a capacidade de utilizar suportes adequados*” *trarão benefícios para as empresas do setor de atividade comercial, alargando o consumo turístico e permitindo um efeito de desenvolvimento regional, alargamento do consumo turístico e estímulo da atratividade comercial e todas as implicações na estrutura económica e social reconhecidas ao turismo.*”.

Mas a qualificação de um destino não está somente relacionada com a informação disponibilizada. Para esta equação, contribui de igual modo a qualificação da oferta e a qualificação dos Recursos Humanos da área do turismo.

O Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto (ponto 1, art.º 10) refere que “*A qualificação da oferta de produtos e destinos turísticos nacionais tem por objetivo aumentar a competitividade e a visibilidade da oferta turística nacional relativamente a mercados concorrentes, bem como garantir um elevado nível de satisfação dos turistas e utilizadores de bens e serviços turísticos, (...)*”. Para o efeito deve valorizar as zonas especificamente vocacionadas para a atividade turística; licenciar de forma ágil as infraestruturas, estabelecimentos, empreendimentos, empresas e atividades que contribuam para o desenvolvimento da oferta com qualidade; adotar soluções que promovam a inovação e criatividade; dinamizar produtos turísticos inovadores; promover e incentivar a valorização das envolventes turísticas; otimizar os recursos agrícolas e de atividades realizadas nos meios rurais enquanto recursos turísticos; valorizar os serviços através de mecanismos de certificação.



No que respeita à formação e qualificação dos recursos humanos, o mesmo Decreto (ponto 1, art.º 11) refere que *“A valorização dos recursos humanos constitui uma prioridade da Política Nacional de Turismo, assumindo a formação profissional um papel central na melhoria dos níveis de qualificação dos jovens e dos ativos empregados ou desempregados do setor e de oferta turística através da progressiva disseminação de uma cultura de serviço”*. Pretende-se com esta vertente garantir uma qualificação inicial dos jovens que pretendam ingressar no mercado de trabalho; promover a formação contínua dos trabalhadores empregados ou desempregados; promover o regular acesso ao reconhecimento, validação e certificação das qualidades profissionais na área do turismo; desenvolver novos perfis profissionais para o setor do turismo e regulamentar as atividades e profissões do setor; impulsionar a qualificação ou a reconversão profissional de trabalhadores desempregados para que possam reingressar.

#### **1.2.11. Abordagem territorial: Município**

A competitividade territorial em turismo e no caso concreto de Portugal fundamenta-se na divisão administrativa municipal que, por sua vez se engaja na realidade das comunidades intermunicipais e estas aliadas dentro das regiões determinadas pelos limites territoriais das comissões de coordenação e desenvolvimento regional, no continente, e pelas Secretarias de Estado do Turismo nas Regiões Autónomas de Açores e Madeira. O conceito de Município, segundo o Código Administrativo de 1940, art.º 13, citado por NEIVA (2012:3) determina que *“concelho é o agregado de pessoas residente na circunscrição municipal, com interesses comuns prosseguidos por órgãos próprios”*

A Lei n.º 79/77 de 25 de Outubro instituiu que *“O município é a pessoa coletiva territorial, dotada de órgãos representativos, que visa a prossecução de interesses próprios da população na respetiva circunscrição”* (art.º 38). Contudo, o Decreto-Lei n.º 100/84 de 29 de Março citado por NEIVA (2012:3) deixou de conter qualquer disposição relativa à definição da Município.

Ainda segundo NEIVA (2012:3), citando AMARAL, D. F. (1998:481-482), o município é *“ (...) a autarquia local que visa a prossecução de interesses próprios da população residente na circunscrição concelhia, mediante órgãos representativos por ele*

*eleitos (...) no município, é órgão deliberativo a Assembleia Municipal; são órgãos executivos a Câmara Municipal e o (...) Presidente da Câmara Municipal (...) Haverá ainda a considerar um órgão de carácter consultivo e de existência facultativa – o Conselho Municipal”*

NEIVA (2012:4) cita também OLIVEIRA, A. C, (2005:21) que nos diz que “*O lugar ocupado pelo município na estrutura local portuguesa deve-se em grande medida, à população e ao território que possuem e que é o resultado da reforma ocorrida em 1836, que dividiu o país em pouco mais de 400 municípios (ao longo do séc. XIX e o seu número foi ainda diminuindo, tendo estabilizado em pouco mais de 300 no séc. XX). Atualmente são 308.*”.

Com o código Administrativo de 1936/1940 o território nacional foi dividido em quatro níveis de circunscrição administrativa, ou seja, a freguesia, o concelho, o distrito e a província. NEIVA (2012), citando AMARAL, D. F., (1998:469-470), refere que os Municípios podem ser objeto de vários tipos de classificações:

- a) Classificações doutrinárias ou científicas: aquelas que são feitas pela doutrina do Direito Administrativo ou da Ciência da Administração, com base em critérios intelectualmente apurados;
- b) Classificações estatísticas: aquelas que o Instituto Nacional de Estatística, que tem o monopólio legal da elaboração e produção de estatísticas no país, entender em seu critério dever fazer, com base em dados numéricos referentes aos diversos municípios;
- c) Classificações legais: estabelecidas por Lei, agrupando os municípios em diferentes categorias para determinados efeitos jurídicos;

A definição que encontramos no Portal Autárquico remete o conceito de Município para o que consta na Constituição da República Portuguesa que nos diz que os municípios são as autarquias locais que visam a prossecução de interesses próprios da população residente na circunscrição do Concelho mediante órgãos representativos por ele eleitos. Esses órgãos são a Assembleia Municipal (órgão deliberativo) e a Câmara Municipal (órgão executivo).

### **1.3. Considerações finais**

Concluído este capítulo, pretende-se uma maior compreensão e contextualização do projeto na área do Turismo. Os conceitos aqui enunciados foram selecionados com o intuito de esclarecer sobre eventuais temáticas posteriormente abordadas, assim como permitir um maior enquadramento legal e institucional dessas mesmas temáticas.

Dada a natureza deste projeto, pretende-se uma abordagem objetiva e direta, por forma a facilitar a compreensão de alguns conceitos enunciados, no decorrer da narrativa deste trabalho. Recorreu-se para tal, à revisão da literatura, tendo sido analisados vários documentos quer de autores nacionais, quer de autores internacionais, que em estudos anteriores abordaram os mesmos conceitos e temáticas. Foi ainda introduzido um carácter legal e institucional em alguns conceitos, na medida em que se recorreu à legislação existente para melhor enquadrar esses mesmos conceitos. O facto de sustentar um projeto experimental também exigiu este tipo de estruturação adequada á sua integral compreensão.



## **Capítulo Enquadramento Legal e Institucional**

### **2.1. Introdução**

Este capítulo aborda temáticas relacionadas com as políticas e diretrizes 2020.

No primeiro ponto, são abordados os recentes objetivos lançados pela ONU – Organização das Nações Unidas, na Agenda 2030 e que dizem respeito ao Desenvolvimento Sustentável.

O segundo ponto apresenta uma breve referência à Estratégia do Turismo 2027. Sendo ainda um documento de discussão pública, são apenas apresentadas de forma resumida, as linhas gerais desta nova estratégia.

No terceiro ponto são analisadas as estratégias emanadas pela Europa. São traçados os objetivos da Estratégia 2020, no contexto atual da crise que a Europa atravessa, apontando contudo os objetivos e as metas que se pretendem alcançar para o período traçado por todos os Estados-Membros. Além de referidos os principais objetivos de crescimento pretendidos (Inteligente, Sustentável e Inclusivo), são ainda enunciados os estrangulamentos e desafios a serem ultrapassados para o sucesso dessa estratégia, tendo como meta a atingir uma governação mais forte.

No ponto quatro, analisa-se de igual forma as pretensões do Turismo 2020 e do Portugal 2020. Tendo por base o documento “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal”, foi feita a análise no que respeita à elaboração do próprio plano, assente nos pressupostos, na metodologia e no processo. Foram ainda abordadas as tendências internacionais e o turismo quer em Portugal, quer nas suas regiões, tendo sido delineada a estratégia de atuação que o Turismo pretende adotar. Por último, analisam-se os mercados externos e o modelo de gestão e monitorização que se vão aplicar na execução deste Plano.

Porque os destinos turísticos dependem da conjugação que as divisões territoriais municipais sejam capazes de mobilizar em termos de satisfação da procura e de estruturação da oferta. As Entidades Regionais de Turismo espelham muito bem esta ideias de agregação do turismo de iniciativa municipal criando valor para as Entidades em que cada município se integra. Após revisto o respetivo enquadramento legal, foi estudado o Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020, destacando os eixos de intervenção definidos para a Região.

A Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo foi seguidamente a sub-região estudada, uma vez que o Município de Vila Nova da Barquinha integra esta comunidade. O estudo efetuado incide sobre o Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020. Para além de abordar questões relacionadas com o processo de construção da Estratégia para a sub-região, faz igualmente o diagnóstico prospetivo da mesma, descrevendo o território e enunciando os elementos que o distinguem dos demais. Neste plano são ainda descritos os desafios e problemas a combater, bem como a Visão e a Estratégia que se pretende aplicar neste Plano de Ação.

Por último, no ponto sete, faz-se uma pequena abordagem aos projetos previstos para o concelho de Vila Nova da Barquinha. Sendo a literatura escassa, são apenas enunciados, como já referido, os projetos ambicionados para o concelho, sendo que alguns deles já se encontram concretizados ou em fase de execução.

## **2.2. Organização das Nações Unidas (ONU): 17 objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030**

Resultado da reunião que decorreu no passado mês de setembro do corrente ano, nasceu a nova Agenda Sustentável. Nesta agenda configuram 17 objetivos a implementar por todos os países nos próximos 15 anos, para o horizonte 2030, como enunciamos a seguir:

- 1) **ERRADICAR A POBREZA:** erradicar a pobreza em todas as suas formas;
- 2) **ERRADICAR A FOME:** erradicar a fome, atingir a segurança alimentar e melhoria alimentar e promover a agricultura sustentável;
- 3) **SAÚDE DE QUALIDADE:** assegurar vidas saudáveis e promover o bem-estar para todos, em qualquer idade;
- 4) **EDUCAÇÃO DE QUALIDADE:** assegurar educação de qualidade, inclusiva e equitativa e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 5) **IGUALDADE DE GÉNEROS:** atingir a igualdade de género e o empoderamento de todas as mulheres e raparigas;
- 6) **ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO:** assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável de água e saneamento para todos;

- 7) **ENERGIAS RENOVÁVEIS E ACESSÍVEIS:** assegurar o acesso à energia fiável, sustentável, moderna e a preço acessível a todos;
- 8) **TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO:** promover o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
- 9) **INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS:** construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
- 10) **REDUZIR AS DESIGUALDADES:** reduzir as desigualdades dentro e entre os países;
- 11) **CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS:** tornar as cidades e os povoadamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
- 12) **PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL:** assegurar padrões sustentáveis de consumo e produção;
- 13) **AÇÃO CLIMÁTICA:** tomar medidas urgentes no sentido de combater as alterações climáticas e seus impactos ;
- 14) **PROTEGER A VIDA MARINHA:** conservar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
- 15) **PROMOVER A VIDA TERRESTRE:** proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir as florestas de forma sustentável, combater a desertificação, travar e reverter a degradação das terras e estancar a perda de biodiversidade;
- 16) **PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES:** promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, conceder o acesso à justiça para todos e criar instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis;
- 17) **PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS:** reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.



Figura 7 Simbologia dos ODS da ONU Fonte: <https://nacoesunidas.org/tema/agenda2030/>

Os objetivos, agora apresentados, preconizam as intenções da ONU para o desenvolvimento sustentável, focando-se em áreas distintas como a qualidade de vida das populações (inclusão), questões relacionados com o meio ambiente, a saúde e educação.

Partindo desta ideia de Desenvolvimento Sustentável, a implementar nos próximos 30 anos, a nova Estratégia Turismo 2027 desenvolve desta forma estratégias pensadas no presente, tendo em vista o futuro (2027).

### **2.3. Estratégia Turismo 2027 – Breves referências**

Numa perspetiva temporal a 10 anos, a Estratégia Turismo 2027 é uma visão partilhada, de longo prazo, para o Turismo em Portugal, pautada pelos seguintes objetivos:

- Assegurar estabilidade nas grandes prioridades para o turismo nacional até 2027;
- Promover uma integração das políticas setoriais;
- Gerar uma contínua articulação entre os vários agentes do turismo;
- Dar sentido estratégico às opções de investimento.

Esta estratégia assume como pressupostos:

- I. Perspetiva temporal integrada
- II. Abordagem transversal
- III. Integração de políticas setoriais
- IV. Territorialização da política pública de turismo
- V. Processo partilhado e participado
- VI. Implementação e consonância entre estratégia e fundos comunitários

A organização das medidas de política do atual Governo e sua implementação sob a autoridade turística nacional do Instituto de Turismo de Portugal pretende adotar um planeamento conjunto que contemple ouvir, envolver e planear (com empresas, instituições, regiões e a procura), assim como oscultar operadores turísticos que comercializam o destino “Portugal”, nomeadamente de países como Espanha, França, Reino Unido e Alemanha, naquilo que denominam por “*Focus Group*”.



Neste processo de auscultação e envolvimento daquelas entidades serão consideradas plataformas tecnológicas, *focus group* internacionais, reuniões bilaterais, entrevistas e ainda LET (Laboratórios Estratégicos para o Turismo), conforme figura seguinte.

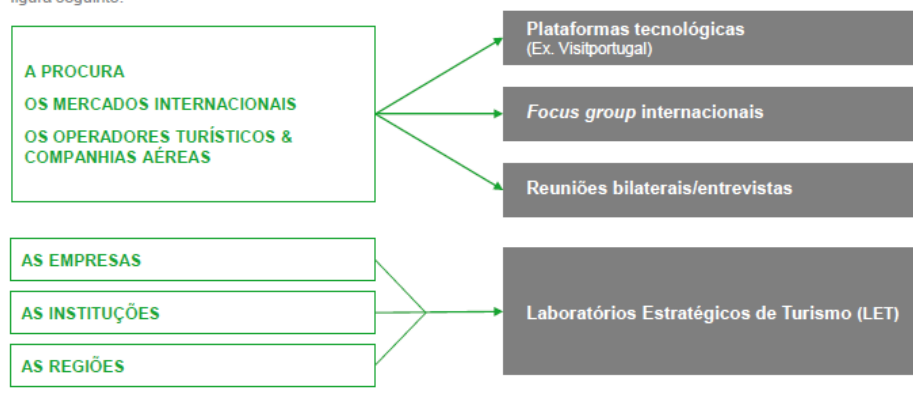


Figura 8 Estratégia de Planeamento Conjunto Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:14)

A par destas iniciativas há também a pretensão de se criarem 10 Laboratórios Estratégicos para o Turismo, sendo sete territoriais (Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira) e três temáticos.



Figura 9 Laboratórios Temáticos Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:20)

Foram ainda anunciados dez desafios que contemplam um horizonte de 10 anos. Tratam-se de desafios globais diversos que dizem respeito a: Pessoas, Coesão, Crescimento em Valor, Sazonalidade, Acessibilidades, Procura, Inovação, Sustentabilidade, Simplificação e Investimento. De igual modo, foram igualmente publicados desafios de natureza mais específica, relacionados com o Alojamento, o Alojamento Local, a Animação Turística e os Recursos Turísticos.

<b>ALOJAMENTO</b> 1. Privilegiar projetos de alojamento que valorizem e regenerem os centros urbanos e que requalifiquem a oferta 2. Incrementar o RevPar e a permanência média
<b>ALOJAMENTO LOCAL</b> 3. Assegurar a plena integração do alojamento local no contexto “do bairro” e da autenticidade dos destinos, potenciando o seu contributo para a regeneração urbana e vitalização dos centros históricos 4. Melhorar o quadro legal
<b>ANIMAÇÃO TURÍSTICA</b> 5. Incrementar a qualidade, diversidade e inovação das atividades de animação turística, enquanto ativo chave na diferenciação dos destinos 6. Estimular o desenvolvimento de redes de serviços de modo a ganhar escala para captação de mercados internacionais
<b>RECURSOS TURÍSTICOS</b> 7. Projetar a “cultura” como um ativo de excecional valor da oferta turística 8. Valorizar o património natural através de ações de turismo sustentado 9. Potenciar o “Mar” como suporte de atividades turísticas 10. Criar conteúdos que melhorem a experiência turística e imagem do destino

Figura 10 Desafios de Natureza Específica Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:64)

Segundo nos é referido neste documento, (ET 2027, 2016:66) “*Uma Estratégia a 10 anos deve combinar uma visão de curto e longo alcance, que permita compaginar ações concretas no curto prazo e um pensamento estratégico visando o horizonte 2027 e confira estabilidade às políticas públicas em Turismo.*”. Para tal, essa estratégia assenta em cinco princípios que constituem a Visão e os propósitos das metas a atingir:

- Crescer em valor;
- Competitividade;
- Sustentabilidade;
- Coesão territorial;
- Inovação e Empreendedorismo.

É uma estratégia focada em ativos estratégicos de cariz diferenciador (endógenos, não transacionáveis e geradores de fluxos), qualificador e emergentes.

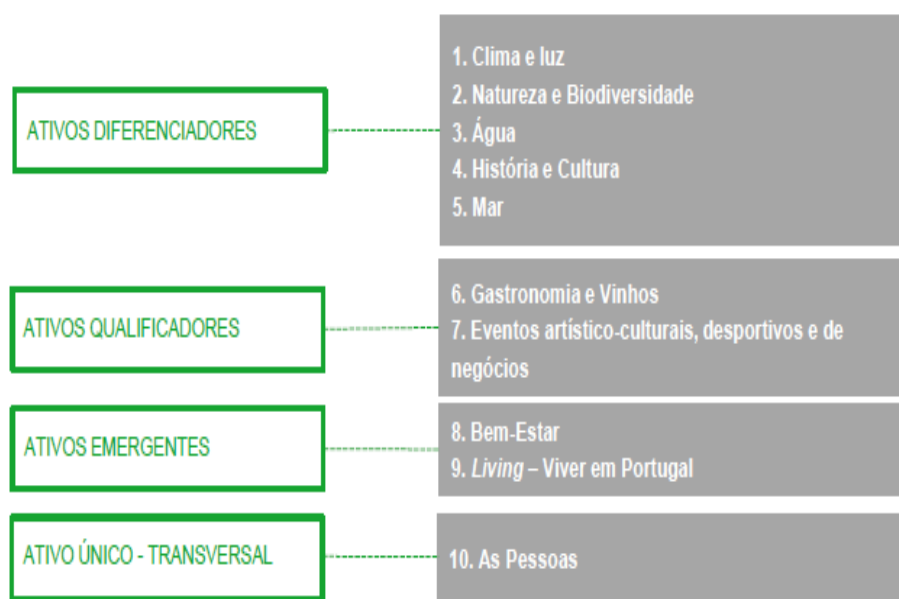


Figura 11 Ativos para uma estratégia a 10 anos Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:71)

Para esta estratégia foram delineados cinco eixos estratégicos, cada um dos quais englobando linhas de atuação prioritárias, segundo o âmbito de cada um.

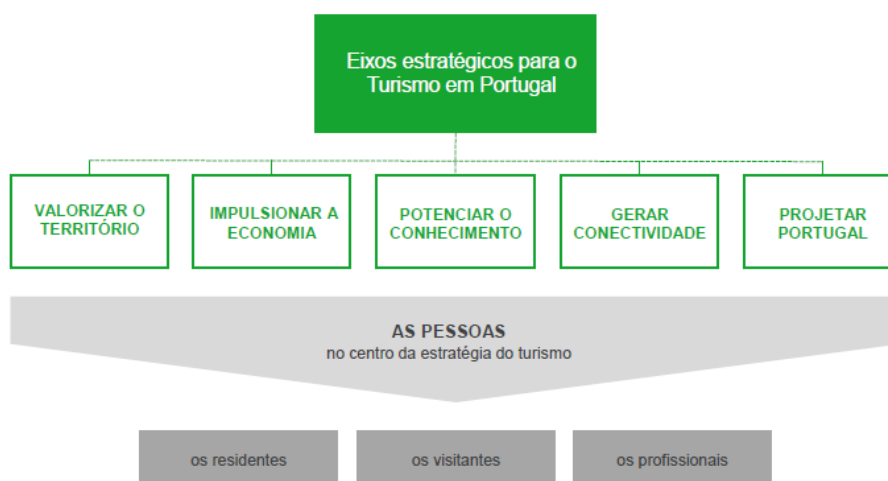


Figura 12 Eixos estratégicos Fonte Estratégia Turismo 2027 (2016:78)

Seguindo a ordem dos eixos, apresentam-se dois exemplos das linhas de atuação prioritárias previstas neste documento:

- Valorizar o património Histórico-cultural;

- Qualificar e preservar a orla costeira;
- Reduzir custos de contexto;
- Simplificar e desburocratizar;
- Valorizar os profissionais da atividade turística;
- Promover a formação profissional em turismo;
- Captar e reforçar rotas aéreas;
- Afirmar Portugal como um “*smart destination*”;
- Dinamizar o turismo interno;
- Reforçar a internacionalização de Portugal enquanto destino turístico.

No que respeita ao Modelo de Governança (ET 2027, 2016:89) “*A maximização do potencial da Estratégia para o Turismo 2027 enquanto instrumento para impulsionar o efeito catalisador do Turismo, depende também da governança do Turismo em Portugal e respetiva articulação entre todos os seus atores. O reforço da articulação entre os atores alavancará a capacidade de resposta das instituições tornando-as mais ágeis, eficazes e eficientes para melhor servir o turismo em Portugal*”.

O texto apela a uma concertação de esforços que são o único garante para uma implementação que contribua para uma maior qualificação do turismo nacional, tal como é pretendido com esta intervenção estratégica iniciada em maio de 2016 com a primeira reunião a ocorrer em Tomar, no Convento de Cristo e ainda em curso até final do ano corrente, como está programado a fim de serem recolhidos e tratados dados para um documento estratégico final.

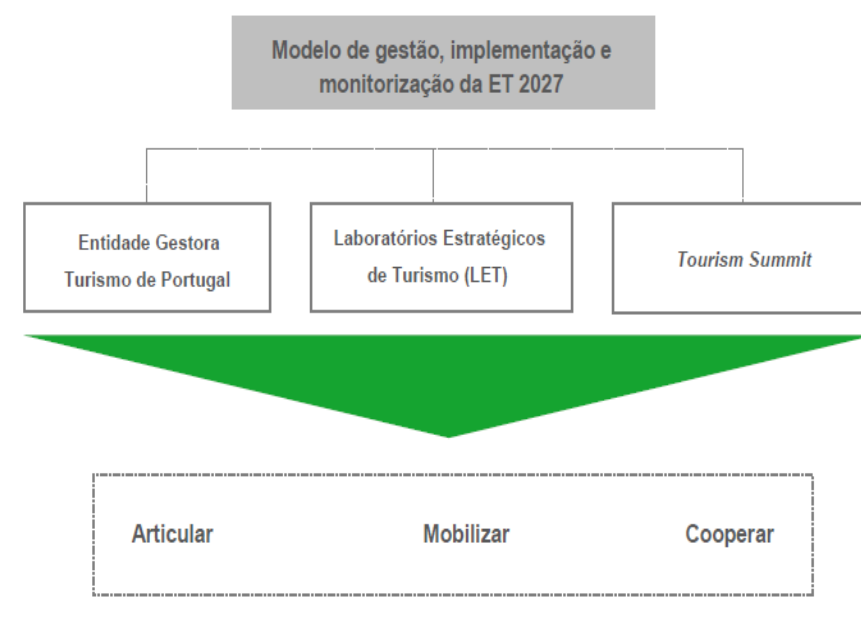


Figura 13 Modelo de Gestão Fonte: Estratégia Turismo 2027 (2016:90)

Neste sentido, cabe ao Turismo de Portugal a coordenação e dinamização da Estratégia para o Turismo 2027, a mobilização de atores e a monitorização da estratégia.

Os Laboratórios Estratégicos de Turismo constituem plataformas de reflexão estratégica, concertação e de colaboração ativa para a implementação da Estratégia Turismo 2027. Os LET terão lugar nas diferentes regiões do país, por forma a considerar as especificidades de cada território. Serão constituídos por entidades pertencentes ao Turismo & Desenvolvimento Regional, ao Setor empresarial e ao Sistema científico e tecnológico nacional.

Quanto ao *Tourism Summit*, haverá espaço para reflexão e debate sobre o turismo no país e nas regiões; partilha de boas práticas (projetos e iniciativas) subjacentes às prioridades estratégicas; reporte do grau de implementação da Estratégia para o Turismo 2027; formulação de recomendações para ação no curto/médio prazo. (ET 2027, 2016:91-93).

## **2.4. Europa 2020**

Lançada em 2010 para um período de dez anos, a Estratégia 2020 (estratégia da UE – União Europeia para o crescimento e emprego) tem como principais objetivos criar condições favoráveis ao crescimento inteligente, sustentável e inclusivo.

Foram definidos cinco principais objetivos a alcançar até ao final de 2020: emprego, investigação e desenvolvimento, alterações climáticas/energia, educação e inclusão social e redução da pobreza.

O acompanhamento destes objetivos é feito através do “Semestre Europeu”, o ciclo anual de coordenação das políticas económicas e orçamentais da UE. Em cada ano, a Comissão analisa pormenorizadamente os programas de reformas orçamentais, macroeconómicas e estruturais dos países que integram a UE, formulando recomendações específicas para cada um dos países para os 12/18 meses seguintes. Estas recomendações contribuem de igual forma para os objetivos da estratégia a longo prazo, para o crescimento e emprego, denominada Estratégia Europa 2020, implementada e acompanhada então no Semestre Europeu.

Nos finais de 2015, a Comissão tornou o Semestre mais eficiente, melhorando a integração entre a dimensão da zona euro e as dimensões nacionais. Deu maior destaque ao emprego e ao desempenho social, reforçou o diálogo democrático e apoiou a reforma dos Fundos Estruturais e de Investimento Europeus e à assistência técnica.

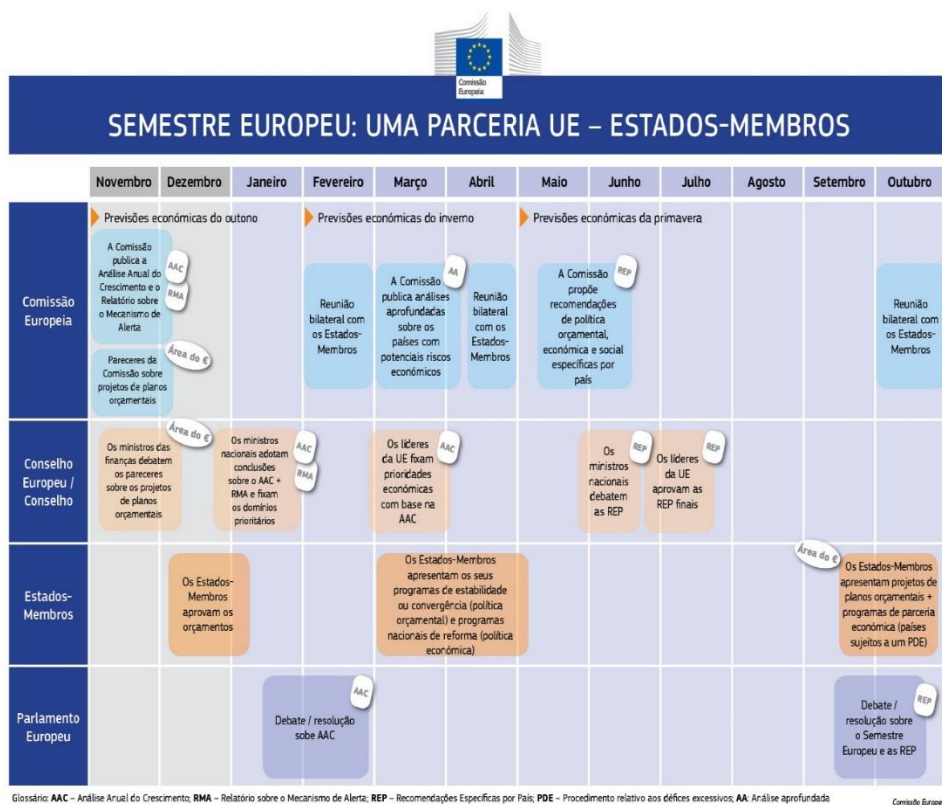


Tabela 1 Quadro Resumo do Semestre Europeu Fonte:  
[http://ec.europa.eu/europe2020/images/european\\_semester\\_pt\\_big.jpg](http://ec.europa.eu/europe2020/images/european_semester_pt_big.jpg)

Como nos demonstra a tabela anterior, foi criada uma calendarização com as responsabilidades atribuídas a cada um dos níveis intervenientes, segundo determinados prazos estipulados, numa concertação a nível europeu

No prefácio da Comunicação da Comissão, BARROSO, JOSÉ MANUEL (2010:2) fala-nos dos objetivos fulcrais desta estratégia, referindo “*É este justamente o objetivo da estratégia Europa 2020: criar mais emprego e assegurar melhores condições de vida. Esta estratégia demonstra a capacidade da Europa para gerar um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, para encontrar os meios para criar novos postos de trabalho e para propor um rumo claro às nossas sociedades.*”

BARROSO, JOSÉ MANUEL (2010:3), faz ainda referência aos principais objetivos traçados pela Comissão até ao ano de 2020 “*A Comissão propõe cinco objetivos quantificáveis para a UE no horizonte de 2020 que irão enquadrar o processo e que deverão ser traduzidos em objetivos nacionais: emprego, investigação e inovação, alterações climáticas e energia, educação e luta contra a pobreza.*”

Posto isto, torna-se então pertinente perceber o que nos transmite a Comunicação da Comissão Europa 2020, em traços gerais.

### 2.4.1. A crise económica desde 2008: fragilidades e desafios

Tendo como maior desafio a saída da crise, importa contudo, não regressar à situação que antecedeu a crise, uma vez que a Europa já demonstrava não estar a evoluir com rapidez suficiente, comparativamente ao resto da Europa. Prova disso é a taxa de crescimento média na Europa ser inferior à dos nossos parceiros económicos, em grande parte devido ao agravamento do diferencial de produtividade. Também no que refere às taxas de emprego, a média na Europa é inferior às de outras regiões do mundo, verificando-se o mesmo cenário no maior envelhecimento da população no continente Europeu.

Estes fatores levam a que a Europa se foque nas suas fragilidades estruturais, enquanto o resto do mundo vai evoluindo em outras matérias.

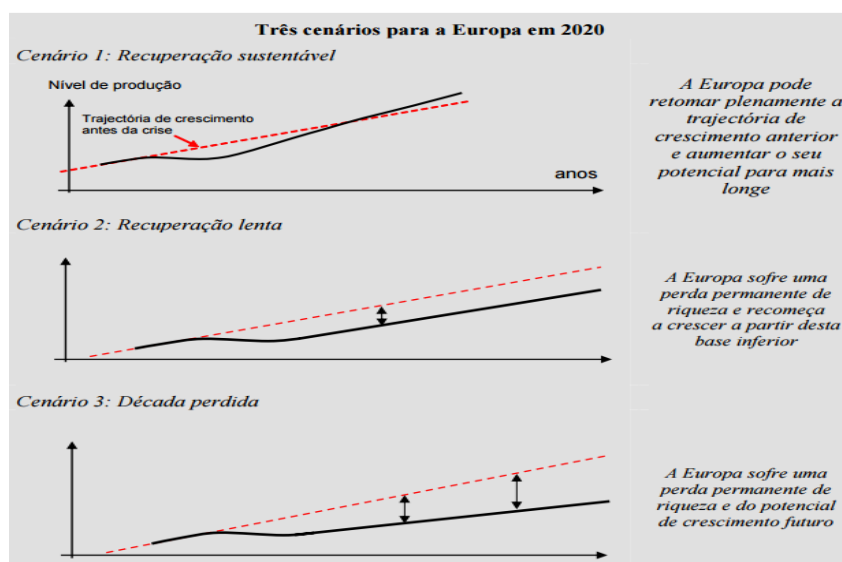


Figura 14 Três Cenários para a Europa 2020 Fonte: Comunicado da Comissão Europa 2020 (2010:11)

Assim sendo, pretende-se que a saída da crise coincida com a entrada numa nova economia. É fundamental definir uma estratégia que transforme a UE numa economia inteligente, sustentável e inclusiva, que permita alcançar elevados níveis de emprego, produtividade e coesão social. No fundo, estes itens resumem a estratégia Europa 2020, na



medida em que se trata de uma espécie de agenda para todos os Estados-Membros, levando em consideração as diferentes necessidades, os diversos pontos de partida e especificidades nacionais, por forma a promover o crescimento de todos.

#### **2.4.2. Crescimento Inteligente, sustentável e Inclusivo**

Tendo por base o crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, o que se pretende afinal para a Europa 2020?

Foram enunciadas três prioridades que se reforçam mutuamente e proporcionam uma visão da economia social de mercado de Europa para o século XXI:

- Crescimento inteligente: desenvolver uma economia baseada no conhecimento e na inovação;
- Crescimento sustentável: promover uma economia mais eficiente em termos de recursos, mais ecológica e mais competitiva;
- Crescimento inclusivo: favorecer uma economia com níveis elevados de emprego que assegura a coesão económica, social e territorial.

Torna-se então necessário que a UE estabeleça em conjunto, um número de grandes objetivos para 2020. Esses objetivos devem ser representativos das temáticas abordadas, devem ser mensuráveis, capazes de refletir a diversidade de situações dos Estados-Membros e baseados em dados fiáveis, que permitam a análise comparativa:

- 1) A taxa de emprego da população da faixa etária 20-64 anos deve aumentar (maior participação de mulheres e idosos, integração de migrantes);
- 2) Aumentar o investimento do PIB em I&D (público e privado);
- 3) Reduzir as emissões de gases com efeito de estufa aumentar a quota de energias renováveis e aumentar a eficiência energética;
- 4) Reduzir a taxa de abandono escolar e aumentar a percentagem da população com formação superior;
- 5) Reduzir a percentagem de população que vive abaixo dos limiares da pobreza.

Estes objetivos não só estão interligados, como também são representativos e não exaustivos da visão global da Comissão. Embora o desenvolvimento e os níveis de vida sejam distintos nos Estados-Membros, estes objetivos aplicam-se a todos. Investir na investigação, no desenvolvimento, na inovação, na educação e em tecnologias eficientes,

beneficia tanto os sectores tradicionais e zonas rurais, como as economias qualificadas e baseadas nos serviços, reforçando a coesão económica, social e territorial.

#### **2.4.2.1. Crescimento inteligente**

Um crescimento inteligente pressupõe reforçar o conhecimento e a inovação, enquanto fatores de crescimento futuro. Torna-se portanto fundamental melhorar a qualidade do ensino, reforçar o desempenho da investigação, promover a inovação e transferência de conhecimentos, tirar pleno benefício das tecnologias da informação e da comunicação e assegurar a transformação de ideias inovadoras em novos produtos e serviços. Estes fatores além de promoverem o emprego qualificado devem ser conjugados com o empreendedorismo e apoio financeiro.

Face ao exposto, a Europa tem assim de atuar nas áreas que se seguem:

- Inovação: a despesa em I&D na Europa é inferior aos EUA e Japão, devido a níveis inferiores de investimento privado;
- Educação, formação e aprendizagem ao longo da vida: o nível de qualificações médio não corresponde às necessidades do mercado de trabalho;
- Sociedade digital: a Europa está para trás no que respeita à Internet de alta velocidade afetando a sua capacidade de inovar, nomeadamente nos meios rurais, bem como na difusão de conhecimento em linha e à comercialização de bens e serviços.

Esta prioridade permitirá libertar o potencial de inovação da Europa, contribuindo para o aproveitamento escolar e a qualidade, bem como para o resultado das instituições de ensino no que respeita à era digital.

A iniciativa que se segue tem por objetivo reorientar a política de I&D e inovação para os desafios que a sociedade enfrenta, nomeadamente as alterações climáticas, a eficiência energética, a utilização dos recursos, a saúde e a evolução demográfica.

<b>Iniciativa emblemática: “Uma União da Inovação”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Concluir o Espaço Europeu de Investigação	Reforçar os sistemas nacionais e regionais de I&D e inovação
Melhorar as condições para que as empresas inovem	Assegurar um número suficiente de licenciados em ciências, matemática e engenharia
Lançar as “parcerias europeias de Inovação” entre o nível UE e nacional	Dar prioridade às despesas no conhecimento
Reforçar e desenvolver o papel dos instrumentos da UE de apoio à inovação	
Promover parcerias do conhecimento e reforçar a articulação entre sistema educativo, empresas e investigação/inovação	

Tabela 2 Iniciativa emblemática “Uma união da Inovação” Fonte: elaboração própria

A próxima iniciativa tem como objetivo melhorar o desempenho e a capacidade de atração internacional das instituições de ensino superior europeias, melhorar a qualidade global de todos os níveis de ensino e formação combinando excelência e equidade e melhorar a situação de emprego dos jovens.

<b>Iniciativa emblemática: “Juventude em movimento”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Integrar e melhorar os programas de mobilidade para universitários e investigadores da UE	Assegurar a realização de investimentos eficientes nos sistemas educativos e de formação a todos os níveis
Acelerar a execução da agenda de modernização do ensino superior	Melhorar os resultados escolares em cada ciclo
Explorar formas de promover o empreendedorismo através de programas de mobilidade para jovens profissionais	Aumentar a abertura e a relevância dos sistemas de ensino
Promover o reconhecimento da aprendizagem não formal e informal	Facilitar a entrada dos jovens no mercado de trabalho
Lançar um enquadramento para o emprego dos jovens que estabeleça políticas que reduzam a taxa de desemprego	

Tabela 3 Iniciativa emblemática “Juventude em movimento” Fonte: Elaboração Própria

A iniciativa que se segue tem como objetivo retirar benefícios económicos e sociais sustentáveis do mercado único digital, com base na Internet rápida e na interoperabilidade.

<b>Iniciativa emblemática: “Agenda Digital para a Europa”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Criação de um quadro jurídico que estimule os investimentos em infraestruturas abertas e concorrenciais de acesso à Internet de alta velocidade	Elaborar estratégias operacionais para a Internet de alta velocidade
Desenvolver uma política do espectro eficiente	Estabelecer um quadro jurídico de coordenação das obras públicas para reduzir custos de implantação das redes
Facilitar a utilização de fundos estruturais da UE na prossecução desta agenda	Promover a criação e utilização de serviços em linhas acessíveis e modernos
Criar um mercado único de conteúdos e serviços em linha	
Reformar os fundos de investigação e Inovação e aumentar os apoios no domínio das TIC	
Promover o acesso e a adoção da Internet por todos os cidadãos europeus	

Tabela 4 Iniciativa emblemática “Agenda digital para a Europa” Fonte: Elaboração Própria

Estas iniciativas visam o crescimento inteligente, apostando na formação dos jovens por forma a criar massa crítica e recursos humanos qualificados, apoiando-se na tecnologia e na criação de redes e conteúdos, disponibilizando-os através de serviços modernizados, tornando todo o sistema mais inovador.

#### **2.4.2.2. Crescimento Sustentável**

Obter um crescimento sustentável, implica construir uma economia também ela sustentável e ao mesmo tempo competitiva em que os recursos sejam utilizados de forma eficiente. Para o efeito, é essencial que a Europa se mantenha na liderança no desenvolvimento de novos processos e tecnologias (incluindo as “verdes”), que se faça a implantação de redes inteligentes que recorrem às TIC e se verifique a prestação de assistência aos consumidores no que respeita à utilização eficiente dos recursos. Estes

conceitos permitirão que a UE prospere num mundo hipocarbónico e de recursos limitados, impedindo a degradação ambiental, a perda de biodiversidade e a utilização insustentável dos recursos.

Assim sendo, é fundamental que a Europa atue nos seguintes vetores:

- Competitividade: melhorar a competitividade face aos nossos parceiros através do aumento da produtividade;
- Luta contra as alterações climáticas: reduzir as emissões e explorar o potencial das novas tecnologias;
- Energia limpa e eficiente: poupança na importação de petróleo e gás.

Ou seja, será necessário respeitar os compromissos em matéria de redução de emissões, com o intuito de maximizar os benefícios e minimizar os custos.

Assim, a iniciativa que se segue pretende apoiar a transição para uma economia hipocarbónica que utiliza de forma capaz todos os recursos, contribuindo para a redução de emissões de CO<sub>2</sub> e promover a segurança energética.

<b>Iniciativa emblemática: “Uma Europa eficiente em termos de recursos”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Mobilizar os instrumentos financeiros da EU	Abandonar gradualmente as subvenções prejudiciais de um ponto de vista ecológico
Reforçar um quadro para a utilização dos instrumentos baseados no mercado	Utilizar instrumentos baseados no mercado, tais como incentivos fiscais e contratos públicos
Apresentar propostas para modernizar as emissões de carbono no setor dos transportes	Desenvolver infraestruturas de transportes e energias inteligentes, modernizadas e interligadas, utilizar as TIC
Acelerar a execução dos projetos estratégicos com elevado valor acrescentado europeu para eliminar os principais estrangulamentos	Assegurar uma realização coordenada dos projetos de infraestruturas
Concluir o mercado interno da energia e aplicar o Plano para as Tecnologias Energéticas Estratégicas	Centrar-se na dimensão urbana dos transportes
Apresentar uma iniciativa de modernização das redes europeias, incluindo as redes transeuropeias de energia	Utilizar a regulamentação, normas de desempenho ambiental dos edifícios e instrumentos baseados no mercado
Adotar e executar um Plano de Ação revisto sobre a Eficiência Energética	Incentivar a utilização de instrumentos de poupança de energia que possam aumentar a eficiência nos setores
Definir uma visão das mudanças estruturais e tecnológicas necessárias para assegurar a transição para uma economia hipocarbónica	

Tabela 5 Iniciativa emblemática “Uma Europa eficiente em termos de recursos” Fonte: Elaboração própria

A indústria em geral e as PME (pequenas e médias empresas) em particular, foram severamente atingidas pela crise económica, fazendo com que os vários sectores enfrentem os desafios da globalização, adaptando os métodos de produção e os produtos a uma economia hipocarbónica. Desta forma, a Comissão pretende trabalhar em estreita

colaboração com os vários intervenientes, nomeadamente empresas, sindicatos, universidades, ONG's (organizações não governamentais) e organizações de consumidores, por forma a produzir um quadro para uma política industrial moderna e o apoio ao empreendedorismo.



<b>Iniciativa emblemática: “Uma política industrial para a era da globalização”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Estabelecer uma política industrial que promova as melhores condições para desenvolver na Europa uma base industrial sólida, competitiva e diversificada	Melhorar o ambiente empresarial, nomeadamente para as PME inovadoras através dos contratos públicos para apoiar os incentivos à inovação
Desenvolver uma abordagem horizontal relativamente à política industrial que combine diferentes instrumentos de política	Melhorar as condições para assegurar o respeito da propriedade intelectual
Melhorar o ambiente empresarial incluindo as PME	Reduzir a carga administrativa das empresas e melhorar a qualidade de legislação comercial
Promover a reestruturação de setores em dificuldade, direcionando-os para atividades orientadas para o futuro	Trabalhar em colaboração com todos os intervenientes dos diferentes setores
Promover tecnologias e métodos de produção que reduzam a utilização de recursos naturais	
Encorajar a internacionalização das PME	
Assegurar que as redes de transporte e logística permitam às empresas o acesso ao mercado único e internacional	
Desenvolver uma política espacial eficaz para enfrentar desafios globais	
Reforçar a competitividade do setor europeu do Turismo	
Rever a regulamentação que apoia a transição dos setores terciários e secundários para uma maior eficiência na utilização dos recursos (reciclagem...)	
Renovar a estratégia da UE para promover a responsabilidade social das empresas	

Tabela 6 Iniciativa emblemática “Uma política industrial para a era da globalização” Fonte: Elaboração Própria

Estas iniciativas ligadas ao crescimento sustentável fundamentam-se na maximização e rentabilização dos recursos e no apoio e incentivos à indústria, nomeadamente às PME's, desburocratizando processos administrativos e de auxílio.

#### **2.4.2.3. Crescimento Inclusivo**

O crescimento inclusivo pretende capacitar as pessoas através de taxas elevadas de emprego, investir nas qualificações, lutar contra a pobreza e modernizar os mercados de trabalho e os sistemas de formação e de proteção social. Torna-se portanto fundamental assegurar o acesso e a igualdade de oportunidades para todos ao longo da vida, sendo necessário para o efeito definir políticas que promovam a igualdade de género.

Deve para tal a Europa atuar nas seguintes áreas:

- Emprego: com a evolução demográfica, a população ativa está prestes a começar a diminuir, sendo que apenas dois terços da população em idade ativa está empregada. As taxas de emprego das mulheres e dos trabalhadores com mais idade são particularmente baixas, assim como a taxa de desemprego dos jovens é bastante elevada;
- Qualificações: cerca de 80 milhões de pessoas tem qualificações baixas ou básicas mas a aprendizagem ao longo da vida beneficia especialmente os mais qualificados. Com o prolongamento da vida ativa, é imprescindível adquirir e desenvolver novas competências ao longo da vida;
- Luta contra a pobreza: 80 milhões de pessoas vivem em risco de pobreza, alguns trabalhadores não ganham o suficiente para ultrapassar o limiar da pobreza, sendo que os desempregados estão particularmente vulneráveis.

Para combater estes fatores é necessário modernizar e reforçar as políticas de emprego, educação e formação bem como dos sistemas de proteção social. Pretende-se a subida das taxas de participação no mercado de trabalho e a redução do desemprego, assim como o aumento da responsabilidade social das empresas no âmbito da comunidade empresarial.

O combate à pobreza e à exclusão social e a redução das desigualdades em questões de saúde são também um esforço a ter em consideração, por forma a promover um envelhecimento saudável e ativo da população.

Com a iniciativa que se segue, pretende-se criar condições para a modernização dos mercados de trabalho, com o intuito de aumentar os níveis de empregabilidade e assegurar a sustentabilidade dos modelos sociais.

<b>Iniciativa emblemática: “Agenda para novas qualificações e novos empregos”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Definir e aplicar a segunda fase da agenda da flexigurança	Por em prática os percursos nacionais para a flexigurança
Adaptar o quadro legislativo à evolução dos modelos de trabalho	Analisar e acompanhar a eficiência dos sistemas fiscais e de prestações sociais
Facilitar e promover a mobilidade da mão-de-obra no quadro da UE	Promover novas formas de conciliação da vida profissional e familiar, as políticas de envelhecimento ativo e igualdade de género
Reforçar a capacidade dos parceiros sociais	Promover e acompanhar a aplicação dos resultados do diálogo social
Dar um forte impulso ao quadro estratégico para a cooperação nos domínios da educação e formação	Dar um forte impulso à aplicação do Quadro Europeu de Qualificações
Assegurar que as competências para participar na formação contínua e no mercado de trabalho são adquiridas e reconhecidas no ensino geral, profissional e superior e na formação para adultos	Assegurar que as competências necessárias na formação contínua e no mercado de trabalho são adquiridas e reconhecidas
	Desenvolver parcerias entre os mundos da educação e formação e o do trabalho

Tabela 7 Iniciativa emblemática “Agenda para novas qualificações e novos empregos” Fonte: Elaboração Própria

Através da iniciativa seguinte, pretende-se assegurar a coesão económica, social e territorial. Pretende-se sensibilizar a população e reconhecer os direitos fundamentais das pessoas em situação de pobreza e exclusão social.

<b>Iniciativa emblemática: “Plataforma europeia contra a pobreza”</b>	
<b>A nível da União Europeia</b>	<b>A nível Nacional</b>
Transformar o método aberto de coordenação a nível da exclusão social e da proteção social	Promover a responsabilidade partilhada, coletiva e individual na luta contra a pobreza e exclusão social
Conceber e executar programas de promoção da inovação social destinados às camadas mais vulneráveis	Definir e aplicar medidas adaptadas às características específicas dos grupos de risco
Realizar uma avaliação da adequação e sustentabilidade dos sistemas de proteção social e de pensões	Mobilizar plenamente os sistemas de segurança social e de pensões para assegurar os apoios ao rendimento e cuidados de saúde

*Tabela 8* Iniciativa emblemática “Plataforma europeia contra a pobreza” Fonte: Elaboração Própria

Relativamente ao crescimento inclusivo, as iniciativas propostas visam o melhoramento do mercado de trabalho e consequentemente a empregabilidade, contribuindo assim não só para a sensibilização da inclusão social, como para o próprio combate à pobreza através da criação de novos postos de trabalho.

### **2.4.3. Estratégia europeia: dificuldades e realidades**

Para dar seguimento aos objetivos delineados pela estratégia, é necessário mobilizar todas as políticas, instrumentos e legislação e instrumentos financeiros da UE. É intenção da Comissão reforçar as principais políticas e instrumentos, tais como, o mercado único, o orçamento e a agenda económica externa da UE, para colocar ao serviço dos objetivos da estratégia Europa 2020.

Um mercado único mais sólido, aprofundado e alargado é vital para gerar crescimento e criar emprego. É necessário um novo impulso para relançar o mercado único através da adoção das iniciativas que a seguir se mostra. Existe a necessidade de criar um mercado único aberto dos serviços, com base na Diretiva “Serviços”, assegurando a qualidade dos serviços prestados aos consumidores.

O acesso das PME a esse mercado deve ser melhorado. O empreendedorismo deve ser desenvolvido através de iniciativas concretas, incluindo uma simplificação do direito das

sociedades, no que respeita aos processos de falência, estatuto da sociedade privada, entre outros, e por iniciativas que permitam aos empresários reiniciar atividade após uma falência.

Para eliminar os estrangulamentos do mercado único, a Comissão propões:

- Reforçar as estruturas que asseguram a execução atempada e correta das medidas do mercado único, incluindo o regulamento em matéria de redes, a Diretiva “Serviços” e o pacote legislativo sobre os mercados financeiros e a supervisão;
- Regulamentação “inteligente”, incluindo o estudo das possibilidades de uma utilização mais ampla de regulamentos em vez de diretivas, a redução dos encargos administrativos, a supressão dos obstáculos fiscais, a melhoria do ambiente empresarial e o apoio ao empreendedorismo;
- Adaptação da legislação da UE e nacional à era digital;
- Facilitar a celebração de contratos com parceiros de outros países da UE;
- Facilitar os procedimentos de execução de contratos e o reconhecimento de sentenças judiciais e documentos de outros países da UE.

A coesão económica, social e territorial, são fulcrais na estratégia Europa 2020. A política de coesão e os fundos estruturais constituem mecanismos primordiais para atingir os objetivos principais do crescimento inteligente, sustentável e inclusivo a nível dos Estados-Membros e das regiões.

Uma Europa aberta, a funcionar num enquadramento internacional baseado em regras, constitui a melhor forma de explorar os benefícios da globalização que permitirão estimular o crescimento e o emprego. Enquanto maior bloco comercial do mundo, a prosperidade da UE depende da sua abertura ao mundo e da sua capacidade para acompanhar de perto a evolução noutras economias desenvolvidas ou emergentes no sentido de antecipar e adaptar-se às futuras tendências.

#### **2.4.4. Medidas de política europeia e seus reflexos**

Somente alcançando a estabilidade das finanças públicas se consegue o restabelecimento de condições propícias para um crescimento e criação de emprego sustentáveis. Torna-se necessária a adoção de uma “estratégia abrangente” para a saída da crise. Essa deverá incluir a “retirada gradual dos apoios de curto prazo” e a “introdução de reformas de médio e longo prazo que facilitem a sustentabilidade das finanças públicas e reforcem o crescimento potencial”.

O pacto de Estabilidade e Crescimento proporciona o enquadramento adequado para a execução de estratégias orçamentais de saída da crise e os Estados-Membros estão a incluir essas estratégias nos seus programas de estabilidade e convergência.

Assim sendo, é fundamental que se empreguem esforços para se cumprirem as medidas políticas previstas, pois só assim se estabiliza a economia e as finanças e se proporciona o crescimento sustentável que gera a criação de emprego e de riqueza, contribuindo favoravelmente para alimentar este ciclo dinâmico.

#### **2.4.5. Resultados: uma governação mais forte**

Todo este processo de transformação leva a que a estratégia Europa 2020 seja mais focalizada, com objetivos claros e com parâmetros de referência transparentes para analisar os progressos. Para tal, será necessário um quadro de governação mais forte que tire partido dos instrumentos existentes para garantir uma execução atempada e eficaz.

Pretende-se uma abordagem temática, focada nos cinco objetivos principais enunciados anteriormente, que requerem medidas quer ao nível da UE, quer ao nível dos Estados-Membros.

## ANEXO 1 - EUROPA 2020: UMA PANORÂMICA

GRANDES OBJECTIVOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar a taxa de emprego da população com idade entre 20 e 64 anos do nível actual de 69 % para, pelo menos, 75 %.</li> <li>- Atingir o objectivo de investir 3 % do PIB em I&amp;D, em especial melhorando as condições do investimento em I&amp;D pelo sector privado, e desenvolver um novo indicador para acompanhar a inovação.</li> <li>- Reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em, pelo menos, 20 % relativamente aos níveis de 1990 ou em 30 %, se as condições o permitirem, aumentar para 20 % a parte das energias renováveis no nosso consumo final de energia e aumentar em 20 % a eficiência energética.</li> <li>- Reduzir a percentagem de jovens que abandonam prematuramente a escola para 10 %, relativamente aos actuais 15 %, e aumentar a percentagem da população com idade entre 30 e 34 anos que completou estudos superiores de 31 % para, pelo menos, 40 %.</li> <li>- Reduzir em 25 % o número de europeus que vivem abaixo dos limiares de pobreza nacionais, o que permitirá tirar da situação de pobreza 20 milhões de pessoas.</li> </ul>		
CRESCIMENTO INTELIGENTE	CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL	CRESCIMENTO INCLUSIVO
<b>INOVAÇÃO</b> Iniciativa emblemática da UE «Uma União da inovação» para melhorar as condições gerais e o acesso ao financiamento para a investigação e inovação, para reforçar a cadeia de inovação e acelerar os níveis de investimento em toda a União.	<b>CLIMA, ENERGIA E MOBILIDADE</b> Iniciativa emblemática da UE «Uma Europa eficiente em termos de recursos» destinada a contribuir para dissociar crescimento económico da utilização dos recursos, através da descarbonização da economia, do aumento da utilização das fontes de energia renováveis, da modernização do sector dos transportes e da promoção da eficiência energética.	<b>EMPREGO E QUALIFICAÇÕES</b> Iniciativa emblemática da UE «Agenda para novas qualificações e novos empregos» para modernizar os mercados de trabalho, facilitando a mobilidade da mão-de-obra e o desenvolvimento das qualificações ao longo da vida, com vista a aumentar a participação no mercado de trabalho e a estabelecer uma melhor correspondência entre a oferta e a procura.
<b>EDUCAÇÃO</b> Iniciativa emblemática da UE «Juventude em movimento» para melhorar os resultados dos sistemas de ensino e reforçar a capacidade de atracção internacional do ensino superior da Europa.	<b>COMPETITIVIDADE</b> Iniciativa emblemática da UE «Uma política industrial para a era da globalização» para melhorar o ambiente empresarial, especialmente para as PME, e para apoiar o desenvolvimento de uma base industrial sólida e sustentável, susceptível de enfrentar a concorrência mundial.	<b>LUTA CONTRA A POBREZA</b> Iniciativa emblemática da UE «Plataforma europeia contra a pobreza» para que a coesão social e territorial permita assegurar uma ampla distribuição dos benefícios do crescimento e do emprego e para que as pessoas em situação de pobreza e de exclusão social possam viver dignamente e participar activamente na sociedade.
<b>SOCIEDADE DIGITAL</b> Iniciativa emblemática da UE «Agenda digital para a Europa» para acelerar a implantação da Internet de alta velocidade e para que as famílias e empresas possam tirar partido de um mercado único digital.		

Tabela 9 “Europa 2020: Uma panorâmica” Fonte: Comunicado da Comissão Europeia 2020 (2010:37)

A apresentação de relatórios por cada país, contribui para a realização dos objetivos da estratégia, ajudando os Estados-Membros a definirem e aplicarem estratégias para saírem da crise, para restaurar a estabilidade macroeconómica, identificar os estrangulamentos nacionais e assegurar o regresso das economias de cada um a um crescimento e finanças públicas sustentáveis.

A estratégia Europa 2020 será formalizada através de um número reduzido de orientações integradas “Europa 2020”, que incluirão as orientações relativas ao emprego e às políticas económicas. As recomendações políticas daí resultantes serão dirigidas aos Estados-Membros, quer no contexto dos relatórios por país, quer da abordagem temática da estratégia. A parte temática incluirá por seu turno, recomendações alusivas ao emprego e recomendações por país sobre outras questões temáticas seleccionadas.

As recomendações ao abrigo do acompanhamento da situação por país abordam questões com implicações significativas a nível macroeconómico e das finanças públicas, enquanto as recomendações no contexto da abordagem temática incluirão um aconselhamento pormenorizado relativamente aos desafios microeconómicos e de emprego.

Só se poderá assistir à retoma do crescimento e do emprego se todos os Estados-Membros avançarem na mesma direção, tendo em consideração as suas circunstâncias específicas. Para tal importa saber quem faz o quê:

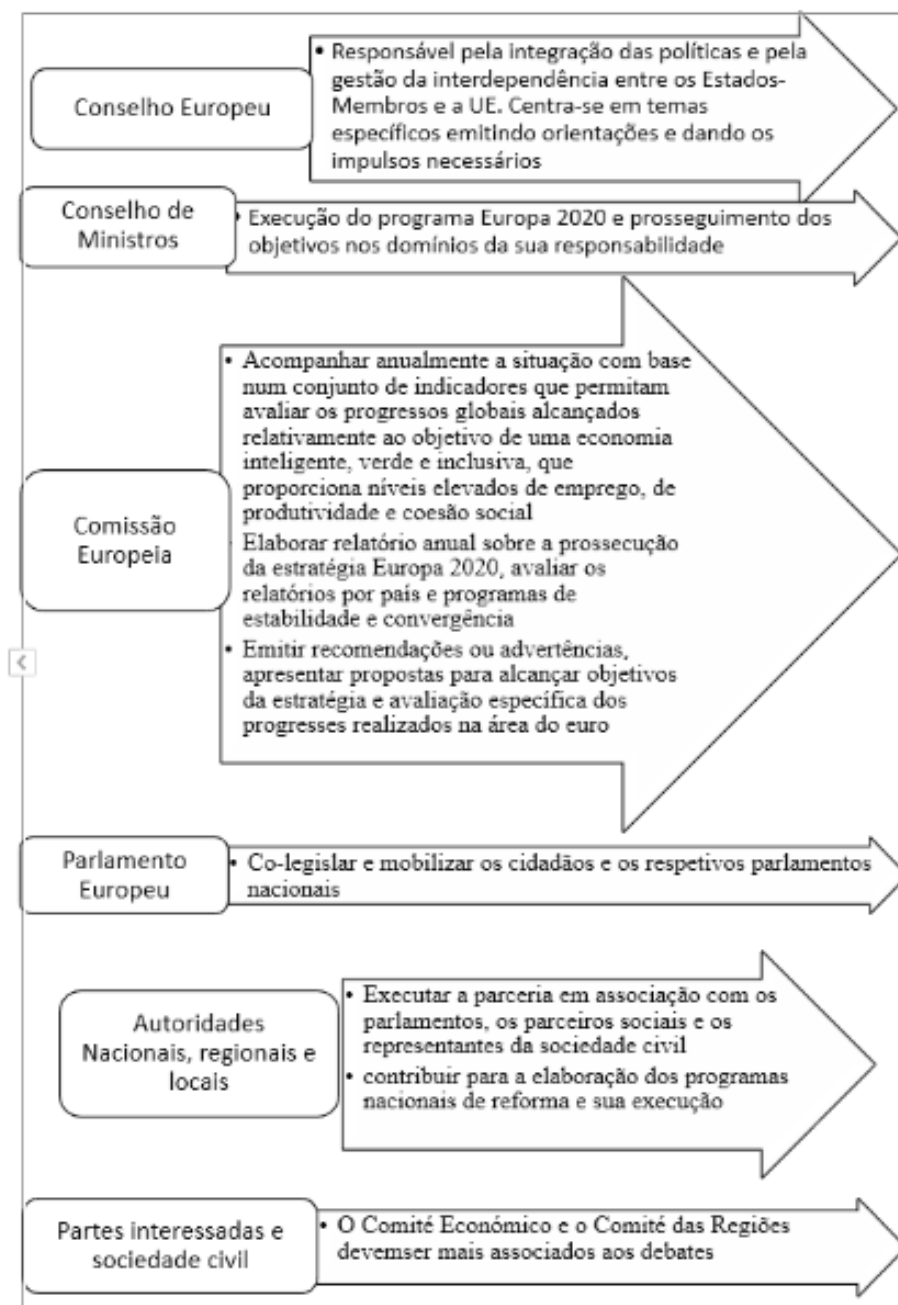


Figura 15 Responsabilidades dos intervenientes Fonte: Elaboração própria

Como se verifica na figura anterior, a cada um dos níveis corresponde um conjunto de tarefas. Neste sentido, cabe ao Conselho Europeu emitir diretrizes para todos os Estados-Membros e “gerir” as relações de dependência dos mesmos, enquanto as funções do



Conselho de Ministros passam pela execução dos programas propostos. A Comissão Europeia é a entidade com um maior número de funções atribuídas, na medida em que monitoriza os progressos, elabora relatórios e emite recomendações. O Parlamento Europeu, para além de legislar acompanha os restantes parlamentos, cabendo às Autoridades (nacionais, regionais e locais) contribuir para a criação de programas e reformas nacionais em estreita parceria com os respetivos parlamentos. Por fim, é espectável que a sociedade civil se envolva e participe ativamente em debates e outras medidas propostas pelos Comités Económico e das Regiões.

## **2.5. Turismo 2020 – Portugal 2020**

O Turismo 2020 traduz-se numa iniciativa materializada num Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal para o período de programação comunitária 2014-2020. Trata-se de um referencial estratégico que estabelece as prioridades e os objetivos no que respeita ao investimento no Turismo quer no País, quer nas Regiões, com ênfase para o Portugal 2020.

Esta iniciativa visa várias perspetivas setoriais e integra as diversas especificidades e estratégias regionais. De igual modo, espelha todas as prioridades a serem apoiadas pelos fundos comunitários para o Turismo, segundo a visão de todos os agentes empresariais do Turismo, do desenvolvimento regional, do sistema científico e tecnológico nacional e da promoção turística, a nível nacional.

Após revisão da literatura, procedemos à recensão crítica do “Plano de Ação para o desenvolvimento do Turismo em Portugal”.

### **2.5.1. Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal**

Enquadrando a programação e os princípios da Estratégia Europa 2020, o Acordo de Parceria – Portugal 2020, promove a política de desenvolvimento económico, social, ambiental e territorial, com o intuito de estimular o crescimento e a criação de emprego nos anos vindouros em Portugal.

Recorrendo aos fundos europeus estruturais e de investimento (FEEI), correspondentes ao período de programação comunitária 2014-2020, pretende-se o desenvolvimento económico e social do país.

Torna-se de fulcral relevância a promoção de um processo colaborativo e de parceria entre os diversos agentes interventivos em toda a atividade turística, com vista ao desenvolvimento de uma estratégia para o Turismo do País e das Regiões, tendo por base um Plano de Ação para o período de programação comunitária 2014-2020, atendendo ao facto que:

- O Turismo em Portugal é um fator de desenvolvimento regional com um crescente peso económico e uma elevada importância social;

- O Turismo é a maior atividade económica exportadora em Portugal, traduzindo-se em cerca de 11% do total de exportação de bens e serviços no ano de 2013;

- Portugal ocupa a 20ª posição no ranking mundial da competitividade do Turismo, segundo o Fórum Económico Mundial;

- O Turismo em Portugal sustenta-se e diferencia-se recorrendo ao Território e às suas especificidades como os recursos naturais, paisagísticos e histórico-culturais;

- Sendo a atividade turística transversal, é necessária uma articulação entre os projetos e iniciativas desenvolvidas pelos diferentes agentes;

- Os princípios chave do Acordo de Parceria 2014-2020 são a “seletividade” e o “reforço da coordenação setorial e territorial”;

- O período de programação comunitária traduz-se numa oportunidade de promover e reforçar a sustentabilidade e a competitividade do Turismo em Portugal, bem como a integração de escalas de intervenção (nacional, regional e local) e a participação dos vários atores organizacionais envolvidos no desenvolvimento turístico.

Este plano inclui várias perspetivas setoriais e integra as diferentes especificidades e estratégias regionais. De igual modo, este plano reúne aquilo que os agentes empresariais do setor do Turismo, do desenvolvimento regional, do sistema científico e tecnológico nacional e da promoção turística nacional, consideram prioritário ser apoiado pelos fundos comunitários para o Turismo nacional.

Os objetivos principais traçados pela iniciativa “Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020”, apontam para o alinhamento entre

estratégias e financiamento, tendo em conta os instrumentos de política pública para o desenvolvimento do Turismo e os programas operacionais.

Assim sendo, os principais objetivos deste documento “Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020”, (2015:4) resumem-se a:

- Dar sentido estratégico e coerência aos projetos a apoiar no Portugal 2020, fazendo um alinhamento estratégico entre estratégia e financiamento, contrariando a dispersão ou a atomização de projetos e iniciativas;
- Fomentar uma articulação entre promotores e projetos e uma melhor articulação entre setor público e privado;
- Proporcionar as condições para uma Estratégia de Eficiência Coletiva no Portugal 2020 (criação de um *cluster* estratégico);
- Maior seletividade e afetação dos fundos comunitários para o Turismo;
- Elucidar os promotores de projetos, públicos e privados, e as Autoridades de Gestão dos Programas Operacionais sobre as prioridades prioritárias em matéria de cofinanciamento.

Com a declaração destes objetivos pretende-se que os projetos propostos a financiamento estejam bem definidos e em sintonia com a estratégia orientadora, que haja uma estreita comunicação entre os promotores e os projetos, tanto do setor público como do setor privado. Para o sucesso destes projetos e para a sua aprovação, importa que todos os envolvidos no processo estejam cientes das linhas prioritárias sujeitas a financiamento.

#### **2.5.1.1. Elaboração do Plano de Ação: Pressupostos Base**

Neste contexto é importante, segundo o “Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020”, (2015:6) “*operacionalizar estrategicamente o domínio prioritário do Turismo, das estratégias de especialização inteligente e criar condições para uma Estratégia de Eficiência Coletiva.*”. Importa perceber quais as prioridades do Turismo, por forma a criar estratégias que respondam a essas prioridades e que possam ser postas em prática de forma eficiente.

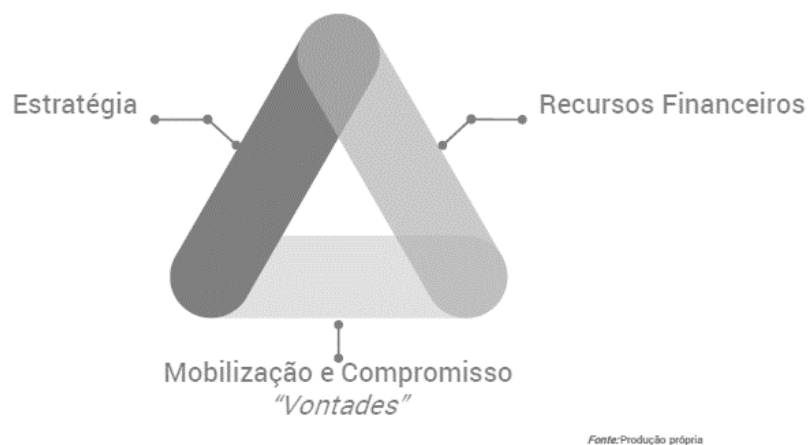


Figura 16 Triângulo Chave Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:7)

Importa portanto perceber o “estado da arte” em que se encontra o nosso país, quais as metas a atingir e o percurso a percorrer para alcançar essas metas.

Numa análise mais abrangente e num contexto do Turismo Internacional é importante conhecer as grandes tendências e o posicionamento de Portugal face ao turismo mundial. Na elaboração do referencial estratégico, é fundamental delinear as metas e os objetivos estratégicos a alcançar, levando em consideração o Modelo Territorial e Visão 2020, bem como as prioridades de investimento. Uma vez delineado este referencial impõe-se a implementação de programas e projetos e a correspondência entre os Projetos Prioritários e os Programas Operacionais.

O “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal” tem, como já referido anteriormente, que integrar todas as regiões e as suas especificidades. Para cada uma das regiões demarcadas, é necessária uma articulação com as políticas setoriais, uma integração de estratégias regionais, ter em conta o próprio território e criar objetivos estratégicos e metas face às especificidades de cada um (EREI, PO e PA).

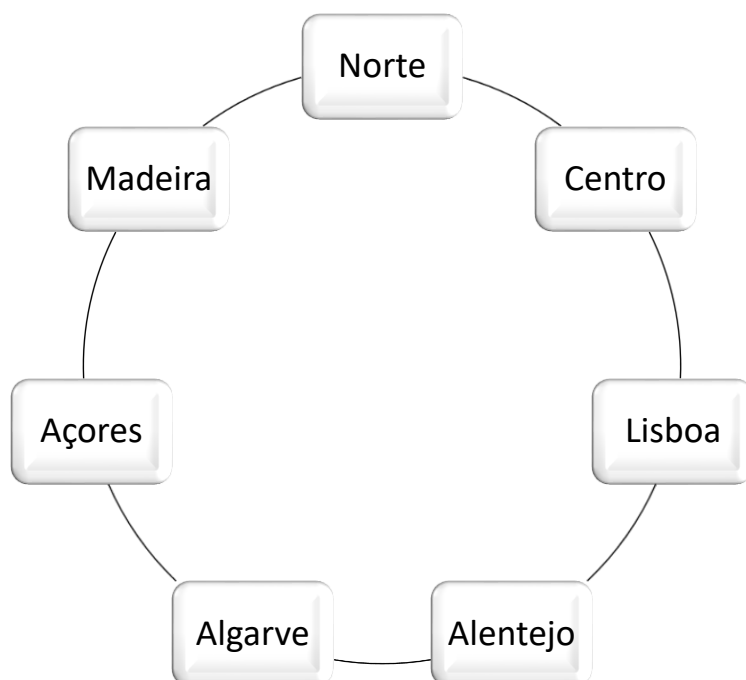


Figura 17 Regiões de Turismo em Portugal Fonte: Elaboração Própria

Embora o que se pretenda seja a coesão territorial, as regiões têm de ser analisadas face às suas especificidades, face às suas assimetrias territoriais. Para cada uma das regiões são traçadas metas e objetivos, que apesar de estarem em sintonia com as políticas setoriais e as estratégias regionais, necessitam de programas operacionais e planos de ação próprios. É necessário identificar essas assimetrias e trabalhar a partir delas, por forma a tornar cada território único e especializado.

#### **2.5.1.2. Elaboração do Plano de Ação: Metodologia e Processo**

Para a elaboração do Plano de Ação foi necessário recorrer a uma planificação, seguindo uma determinada metodologia e processo.

Numa primeira fase tornou-se necessária a análise da situação atual, que de certa forma se traduz na análise documental dos estudos e tendências internacionais do Turismo, dos documentos comunitários e nacionais, assim como dos planos, programas e estratégias regionais.

Seguidamente importa estabelecer uma interação e uma concertação com todos os agentes e parceiros ao mesmo tempo que se realiza uma Auscultação pública, onde todos são convidados a dar os seus contributos e a sua visão dos temas que se pretendem abordar. Foram para o efeito realizadas sete conferências públicas e *workshops* técnicos, assim como reuniões bilaterais e várias sessões de trabalho. Foram ainda realizadas comunicações em conferências e seminários, questionários e participação em diversos eventos.

### **2.5.1.3. Tendências Internacionais, Turismo em Portugal, Turismo nas Regiões**

Não se poderá avançar para um plano de ação sem se evidenciar a envolvente tanto nacional, quanto internacional. As tendências internacionais, dada a globalização económica crescente tem lugar destacado nesta análise.

## A. TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS

As Tendências Internacionais estão ligadas a fatores de cariz económico, ambiental, tecnológico, aos transportes, à própria demografia de cada país e a fatores socioculturais.

<b>Tendências Demográficas e Socioculturais</b>	<b>Resultado para o Turismo</b>
Envelhecimento populacional	<i>Short and city breaks</i> mais frequentes ao longo do ano na época baixa
Diminuição da dimensão do agregado familiar	Procura de serviços de saúde (médicos e estéticos) em países com custos acessíveis
Preocupações crescentes com a saúde, a alimentação e o bem-estar	Procura por produtos de bem-estar, retiros espirituais, antistress,...
Crescimento da Classe média em economias emergentes	Tendência para destinos mais benéficos para a saúde
Crescentes preocupações sociais e ambientais por parte dos consumidores	Interesse pelo turismo cultural e programas específicos
Evolução e modificação dos gostos, necessidades e preferências	Procura de férias mais ativas e turismo de aventura
Procura por experiências únicas e verdadeiras	

Tabela 10 Tendências demográficas e socioculturais Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:28)

Em relação às tendências demográficas e sócio culturais, as consequências para o Turismo traduzem-se na procura pelo Turismo de bem-estar e de natureza, uma vez que existe uma maior preocupação com a qualidade de vida, a saúde e o bem-estar geral

<b>Tendências Económicas</b>	<b>Resultado para o Turismo</b>
Globalização continuada da produção e do consumo de produtos e serviços	Ambiente global mais competitivo, maior atenção ao rácio qualidade-preço
Crescimento do rendimento <i>per capita</i> nos países mais desenvolvidos	Economias emergentes dão lugar ao aparecimento de novos destinos e novos mercados emissores
Crescimento de novos mercados de dimensão global	Globalização aumenta as expectativas de viagens dos mais jovens
Intensificação dos acordos de mercado e remoção de barreiras às transações internacionais	Dificuldade em fidelizar os visitantes a destinos e marcas
Expansão do PIB a preços concorrentes nas economias da Índia e China	Globalização conduz ao aumento das viagens a familiares e amigos e intercâmbio de estudantes
Novos mercados de consumidores que contribuem para as economias em transição e em desenvolvimento	

Tabela 11 Tendência Económica Fonte: adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:29)

Com o crescimento expectável dos rendimentos e dos novos mercados, espera-se que a nível económico os resultados para o turismo acompanhem esse crescimento através das economias emergentes. Em contrapartida, dadas estas tendências, verifica-se a dificuldade em fidelizar os turistas a determinados destinos ou marcas, que detêm agora uma maior capacidade financeira.



<b>Tendências Ambientais</b>	<b>Resultado para o Turismo</b>
Alterações climáticas	Erosão costeira (impacto nos destinos de Sol e Praia)
Maiores preocupações ambientais e adoção de comportamentos mais sustentáveis	Aumento da procura em épocas baixas
Adoção de boas práticas ambientais, valorização da reciclagem e maior eficiência energética	Aumento dos custos de manutenção e operação de atrações turísticas naturais
Proliferação da certificação ambiental	Maior consciência ambiental por parte dos turistas
Racionalização dos recursos e maior utilização das energias alternativas	Maior procura de atividades de turismo de natureza
Aumento das normas de regulamentação ambiental	Tendência para uma maior procura por produtos mais naturais e biológicos
	Estratégias de Gestão e de Marketing adaptadas às questões ambientais

Tabela 12 Tendências Ambientais Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:30)

A crescente preocupação com o ambiente por causa das alterações climáticas levou a que os consumidores tivessem uma maior consciência ambiental e alterassem o seu comportamento, nomeadamente no que respeita à reciclagem ou à eficiência energética. As consequências diretas para o Turismo, levaram à procura em grande escala da certificação ambiental e à procura de produtos naturais e biológicos por parte dos turistas, preferencialmente enquadrados no turismo de natureza.

<b>Tendências Tecnológicas</b>	<b>Resultado para o Turismo</b>
Crescente importância da Internet como canal de comunicação, informação e comercialização	Crescente possibilidade de comparação de preços e produtos
Disponibilização de mais e melhor informação a nível global	Uso das tecnologias em viagem através das plataformas digitais (informação e compras)
Novos canais de comunicação e de sistemas de reservas e pagamentos	Conhecimento prévio sobre destinos, serviços e viagens que aumentam as expectativas
Automatização crescente das operações e processos de gestão, produção e consumo	Crescente desintegração das vendas através dos canais <i>online</i> de distribuição
Maior importância da conectividade e das redes digitais	Maior procura por ofertas criativas e interativas
Crescimento do marketing digital	
Democratização no acesso à cultura, facilitado pelo acesso a conteúdos <i>online</i>	

Tabela 13 Tendências Tecnológicas Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:31)

No que respeita às tendências tecnológicas, verifica-se a relevância cada vez maior da internet, das redes digitais e da automatização de muitos dos serviços, o que despoletou o uso das tecnologias na comparação de preços e produtos, programação de viagens ou procura de informação dos serviços e destinos pretendidos. Estamos naquilo a que se denomina por “era digital”.

<b>Tendências dos Transportes</b>	<b>Resultado para o Turismo</b>
Desenvolvimento de combustíveis e energias alternativas mais económicos	Aparecimento de novos destinos devido a melhores acessibilidades e transportes
Transportes mais sustentáveis	Novos mercados visitantes
Aumento da presença das companhias aéreas <i>low-cost</i> em aeroportos secundários	Alterações nos padrões de viagens por causa das companhias <i>low-cost</i>
Novas rotas aéreas	Via ferroviária mais competitiva com companhias aéreas para curtas viagens
Investimento em comboias de alta velocidade com preços mais reduzidos	Limitações de circulação de autocarros em centros urbanos que potenciam as plataformas intermodais
Mais e maiores terminais de cruzeiros	

Tabela 14 Tendências dos Transportes Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:32)

O melhoramento geral dos transportes marítimos (cruzeiros), ferroviários (alta velocidade) e aéreos (companhias *low-cost*) contribuiu para o aparecimento de novas rotas e destinos, novos mercados e para uma grande alteração nos padrões de viagem.

## B. TURISMO EM PORTUGAL

Portugal insere-se na maior região turística do Mundo, a Europa, representando mais de 50% do turismo internacional e 43% das receitas turísticas. Mais concretamente, ocupa a 26ª posição no ranking mundial da OMT no que respeita a receitas turísticas, ocupa o 9º lugar no ranking da UE (EUROSTAT) em receitas turísticas e integra o Top 20 do Fórum Económico Mundial dos destinos mais competitivos do mundo.

No que respeita à competitividade em Viagens e Turismo, Portugal ocupa o 20º lugar, encontrando-se no 3º lugar face aos seus principais concorrentes, Espanha e França. Verifica-se ainda um crescimento em Dormidas, Hóspedes e Receitas, sendo esse crescimento superior às exportações de bens, contribuindo desta forma para o desenvolvimento regional.

Quanto aos recursos turísticos, verificou-se nos últimos anos um aumento quantitativo e qualitativo no alojamento, sendo que mais de metade dessa oferta é garantida pelos hotéis.

As regiões também oferecem um vasto leque de recursos, consoante a especificidade de cada uma, podendo variar entre cidades e aldeias históricas, parques naturais, gastronomia e vinhos, praias, paisagens e natureza, entre muitas outras.

Os recursos são ainda qualificados atendendo a elementos diferenciadores como a luz e o clima, a história, cultura e tradição, a hospitalidade e diversidade concentrada. Já no que diz respeito aos elementos qualificadores, destaca-se a segurança, a autenticidade e a qualidade competitiva.

Da análise *swot* realizada, evidenciam-se alguns dos aspetos mais significativos de cada uma das vertentes.

As dormidas em Portugal encontram-se concentradas maioritariamente em três regiões: Algarve, Lisboa e Madeira. Foi precisamente no alojamento que se verificou um maior investimento, mais concretamente na Hotelaria e Turismo em Espaço Rural.

<p><b>Pontos Fortes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- População portuguesa recebe bem</li> <li>- Localização geográfica privilegiada</li> <li>- Riqueza cultural, natural e patrimonial concentrada</li> <li>- Clima mediterrâneo</li> <li>- Qualidade no atendimento e fluência em idiomas</li> <li>- Excelente oferta do país</li> <li>- Ótimas condições de segurança</li> <li>- Oferta crescentemente qualificada</li> <li>- Boas infraestruturas de transportes</li> <li>- Redes qualificadas de escolas de hotelaria e turismo</li> <li>- Destino competitivo e elevado nível de satisfação dos visitantes</li> </ul>	<p><b>Pontos Fracos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidade instalada na hotelaria</li> <li>- Localização geográfica periférica</li> <li>- Situação económico-financeira débil</li> <li>- Competências e níveis de qualificação dos profissionais insuficientes</li> <li>- Falta de sofisticação na produção e comercialização de produtos turísticos</li> <li>- Elevada taxa de sazonalidade</li> <li>- Subaproveitamento do potencial de diversificação turística</li> <li>- Fraca evidência de I&amp;D no turismo</li> <li>- Desarticulação entre cidades e regiões</li> <li>- Proliferação de marcas e produtos turísticos</li> <li>- Fragmentação do turismo empresarial</li> <li>- Elevados custos com energia, construção e juros de financiamento</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescimento acelerado do Turismo à escala global</li> <li>- Supremacia económica de mercados emissores</li> <li>- Popularidade do turismo de cruzeiros</li> <li>- Elevada notoriedade internacional de Portugal</li> <li>- Aprofundamento da globalização e consolidação de transformações tecnológicas, demográficas, sociais, económicas e institucionais no turismo</li> <li>- População envelhecida que potencia turismo sénior</li> <li>- Utilização das redes sociais como ferramenta de pesquisa e informação</li> <li>- Diáspora com fortes laços ao nosso país</li> <li>- Crescimento do turismo de natureza e bem-estar</li> <li>- Sistemas de incentivos financeiros e fiscais</li> <li>- Portugal 2020 e estímulo à cooperação privilegiando intervenções integradas</li> <li>- Crescimento da mobilidade internacional de estudantes e docentes</li> <li>- Crescente relevância dada à Economia Azul</li> </ul>	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mudança rápida da procura de destino/geografia para produto/experiência</li> <li>- Situação económica e política na Europa</li> <li>- Fraco crescimento económico dos principais emissores não europeus</li> <li>- Variação da taxa de câmbio e desvalorização do euro</li> <li>- Aumento da concorrência</li> <li>- Visão individualizada nas ações</li> <li>- Dificuldade no acesso ao financiamento</li> <li>- Aumento das pressões nas zonas costeiras</li> <li>- Crescimento rápido que coloca desafios ao aeroporto de Lisboa</li> <li>- Desequilíbrios demográficos no país</li> <li>- Alteração do polo de desenvolvimento turístico mundial</li> </ul>

Tabela 15 Análise SWOT do Turismo em Portugal Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:45)

Da análise *SWOT* apresentada, depreendemos que Portugal tem a seu favor uma série de pontos fortes (clima, localização geográfica, segurança, etc.) que geram um conjunto de oportunidades que apontam para o crescimento da indústria do turismo e da notoriedade a nível internacional, que se reflete na procura de Portugal enquanto destino turístico. Em contrapartida, dada a fragilidade económica em que ainda vivemos aliada à elevada taxa de sazonalidade ou à desarticulação entre as regiões, resultam em ameaças e condicionalismos ao crescimento do território. O cenário atual aponta para um aumento da concorrência face a outros destinos, uma oscilação nas taxas de câmbio e desvalorização do euro ou desequilíbrios a nível demográfico no país, entre outros condicionalismos.

### C. TURISMO NAS REGIÕES: CENTRO

Uma vez que o objeto de estudo se encontra integrado na região Centro, ficam fora deste estudo as restantes regiões.

A região Centro, segundo o “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal”, representa cerca de 14% da capacidade de alojamento em Portugal. Essa capacidade encontra-se distribuída por várias tipologias de alojamento, sendo mais significativo a tipologia dos hotéis.

A nível dos recursos turísticos, a variedade também se faz notar, uma vez que integra a região cidades e aldeias, praias e termas, rios, zonas montanhosas como a Serra da Estrela, uma panóplia de património arquitetónico e paisagístico, bem como uma forte componente religiosa com Fátima e o seu Santuário.

No que respeita à procura turística, o mercado internacional é o que mais visita a região, comprovado pelo número de dormidas de residentes no estrangeiro, na sua grande maioria em hotéis. Mais uma vez se verifica que o número de dormidas se concentra na faixa litoral, mais propriamente no Oeste e Médio Tejo. Essa procura chega-nos de mercados emissores como a França e a Alemanha, sendo contudo o maior emissor o mercado espanhol.

À semelhança do panorama a nível nacional, também na região Centro o maior investimento verificou-se no alojamento, havendo contudo outros projetos com algum destaque (Turismo em Espaço Rural e Restauração).

Da análise *swot* que se segue, podemos verificar os pontos mais importantes em cada uma das vertentes.

<p><b>Pontos Fortes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vasto património histórico, cultural, arqueológico, natural e paisagístico</li> <li>- Forte turismo religioso e de bem-estar e saúde</li> <li>- Diversidade concentrada de produtos turísticos</li> <li>- Região Europeia de Referência para o Envelhecimento Ativo e Saudável</li> <li>- Boas infraestruturas rodoviárias que facilitam a mobilidade rápida</li> <li>- Proximidade com os aeroportos de Lisboa e Porto e acesso direto a Espanha por rodovia</li> </ul>	<p><b>Pontos Fracos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incapacidade de fixação de visitantes na Região</li> <li>- Défice de imagem e de notoriedade da Região Centro</li> <li>- Difícil coordenação entre os agentes turísticos</li> <li>- Assimetrias regionais quanto à qualificação da oferta e à profissionalização da atividade turística</li> <li>- Insuficientes redes de colaboração sustentável e atividades de <i>cross-selling</i></li> <li>- Fragilidade da população e dos agentes privados que possam apoiar o desenvolvimento de atividades turísticas</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado turístico com destinos com experiências diversificadas</li> <li>- Infraestruturas qualificadas para o turismo científico e tecnológico</li> <li>- Maior procura pelo turismo religioso, de natureza, ecoturismo e ligado ao desporto e competições desportivas</li> <li>- Aumento do número de emigrantes (mercado da saudade)</li> <li>- Generalização do uso das redes sociais e meios digitais</li> </ul>	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Decréscimo de competitividade regional face a destinos concorrentes</li> <li>- Dificuldade de afirmação da Região Centro junto dos mercados internacionais</li> <li>- Comunidades de turistas que organizam a sua própria viagem orientada para a visita a outros destinos</li> <li>- Promoção do destino Portugal com fracas referências da oferta do Centro</li> <li>- Reduzido interesse por parte dos investidores externos à Região</li> </ul>

Tabela 16 Análise swot da região Centro Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:75)

Em suma, pretende a região Centro reforçar a sua condição de “laboratório vivo”, muito diversificado e orientado pelas necessidades e bases territoriais específicas. Para o efeito, muito contribuem os seus múltiplos recursos endógenos, as infraestruturas existentes, os territórios e os agentes regionais. Verifica-se também uma maior mobilização para a criação de Conhecimento, baseado em recursos humanos qualificados, o que leva a uma maior intensidade tecnológica na produção de bens e serviços, aproximando o Sistema Científico das atividades económicas, sociais e criativas.

A região pretende ainda consolidar-se enquanto espaço inovador e mobilizador, gerando emprego, valor económico, social e territorial.

Alguns dos objetivos estratégicos delineados prendem-se com o desenvolvimento do Turismo associado ao território, promovendo a sustentabilidade e coesão territorial. Pretende-se ainda um desenvolvimento, qualificação e requalificação da oferta turística existente. Ao nível da Oferta, existe uma aposta na diversidade que integra vertentes do turismo tais como: o Turismo Médico, de Bem-Estar, Religioso, de Ambiente, Cultural, Gastronómico, Cinegético (caça desportiva), Desportivo e Científico. Aposta na promoção turística e simultaneamente na promoção regional, pretendendo a captação de novos investidores, iniciativas de marketing, promoção e comercialização da Região Centro enquanto destino turístico.

Com a consolidação das rotas turísticas, centradas em recursos e produtos endógenos, artes e saberes e na produção cultural, pretende-se a captação de novos mercados emissores emergentes. Verifica-se igualmente uma aposta na qualificação dos recursos humanos no setor, recorrendo para o efeito a ações de formação específica em colaboração com Escolas Profissionais e Instituições de Ensino Superior.

#### **2.5.1.4. Estratégia de atuação para o Turismo**

A estratégia prevista para o Turismo em Portugal no horizonte 2020, contempla um conjunto de objetivos relacionados com o crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, operacionalizados através de planos operacionais regionais, temáticos e que contemplam o desenvolvimento rural.

##### **A. PORTUGAL 2020**

Configuram nesta estratégia de atuação, objetivos com o intuito de promover o crescimento inteligente, o crescimento sustentável e o crescimento inclusivo:

- Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação;
- Melhorar o acesso às TIC;
- Reforçar a competitividade das PME;
- Apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono;



- Promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos;
- Proteger o ambiente e promover a eficiência energética;
- Promover transportes sustentáveis e eliminar os estrangulamentos nas principais redes e infraestruturas;
- Promover o emprego e apoiar a mobilidade dos trabalhadores;
- Promover a inclusão social e combater a pobreza;
- Investir na educação, nas competências e na aprendizagem ao longo da vida;
- Reforçar a capacidade institucional e uma administração pública eficiente.

No mesmo sentido, pretende-se uma intervenção na inclusão social e no emprego, no capital humano, numa maior competitividade e internacionalização, assim como apelar à sustentabilidade e eficiência no uso dos recursos.

Foram para tal criados alguns instrumentos financeiros com a finalidade de mobilizar e por em prática as intenções anteriores, nomeadamente planos operacionais regionais, de cooperação, temáticos e de desenvolvimento rural

## B. TURISMO 2020

Em relação ao “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal”, são enunciados quatro principais objetivos

- Fornecer um quadro estratégico para o desenvolvimento do Turismo do País e das Regiões;
- Assegurar um alinhamento entre estratégia e financiamento;
- Contribuir para uma maior seletividade e articulação de investimentos;
- Concorrer para um reforço da coordenação setorial e territorial.

A intenção é que Portugal seja o destino com maior crescimento turístico da Europa, com base na sustentabilidade e na competitividade de uma oferta diversificada, autêntica e inovadora. Desta forma o Turismo seria a atividade central para o desenvolvimento económico do país e para a sua coesão territorial.

Encontramos essa diversidade na hospitalidade, na história e cultura através dum vasto património cultural, nos serviços turísticos de excelência, no património natural (mar e natureza) e no Conhecimento.

No que concerne às metas, verificou-se um crescimento médio anual das chegadas internacionais, superior à restante Europa e ao Mediterrâneo, embora a previsão seja contudo inferior para a Europa em geral. São equacionados três possíveis futuros: manutenção/extrapolação da tendência; situação futura livre de surpresas (crescimento moderado); consolidar e crescer com ambição (previsões do PIB).

Prevê-se porém que Portugal terá um crescimento médio anual de chegadas internacionais superiores à média mundial.

Quanto aos objetivos pretende-se

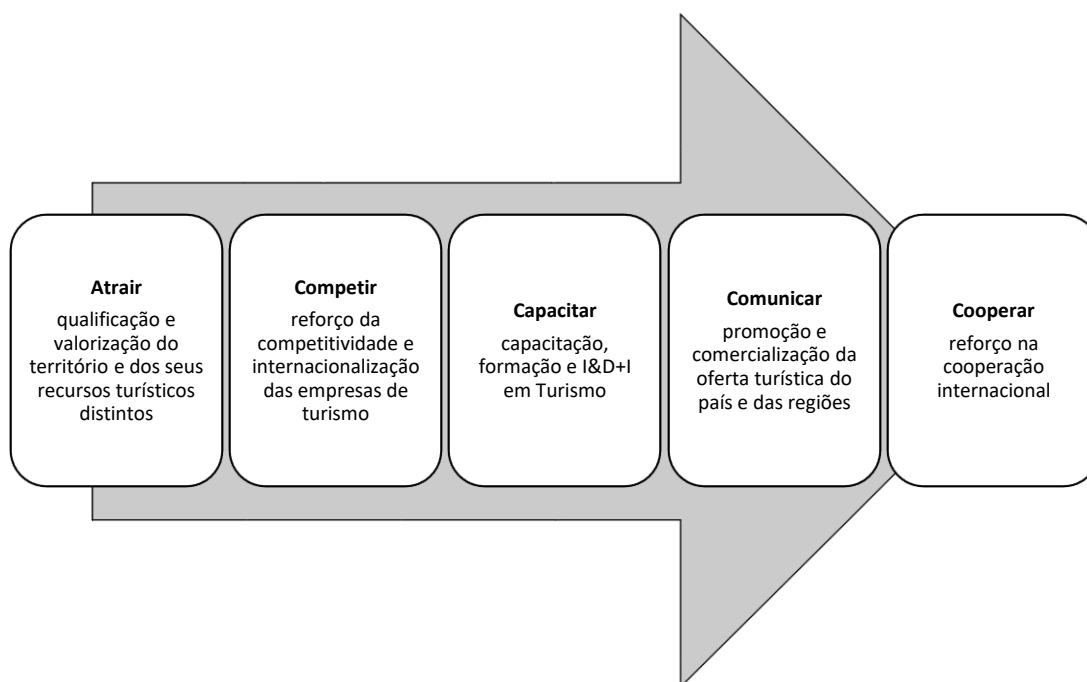


Figura 18 Objetivos estratégicos Turismo 2020 Fonte: Adaptado de Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014)

Como se verifica pelos objetivos apresentados anteriormente, pretende-se para Portugal a imagem de um destino competitivo e capaz, que aposta na qualificação do seu território e recursos e na comunicação e comercialização da sua oferta.

Nas imagens que se seguem, analisamos os objetivos individualmente e as prioridades de investimento que a cada um dizem respeito.

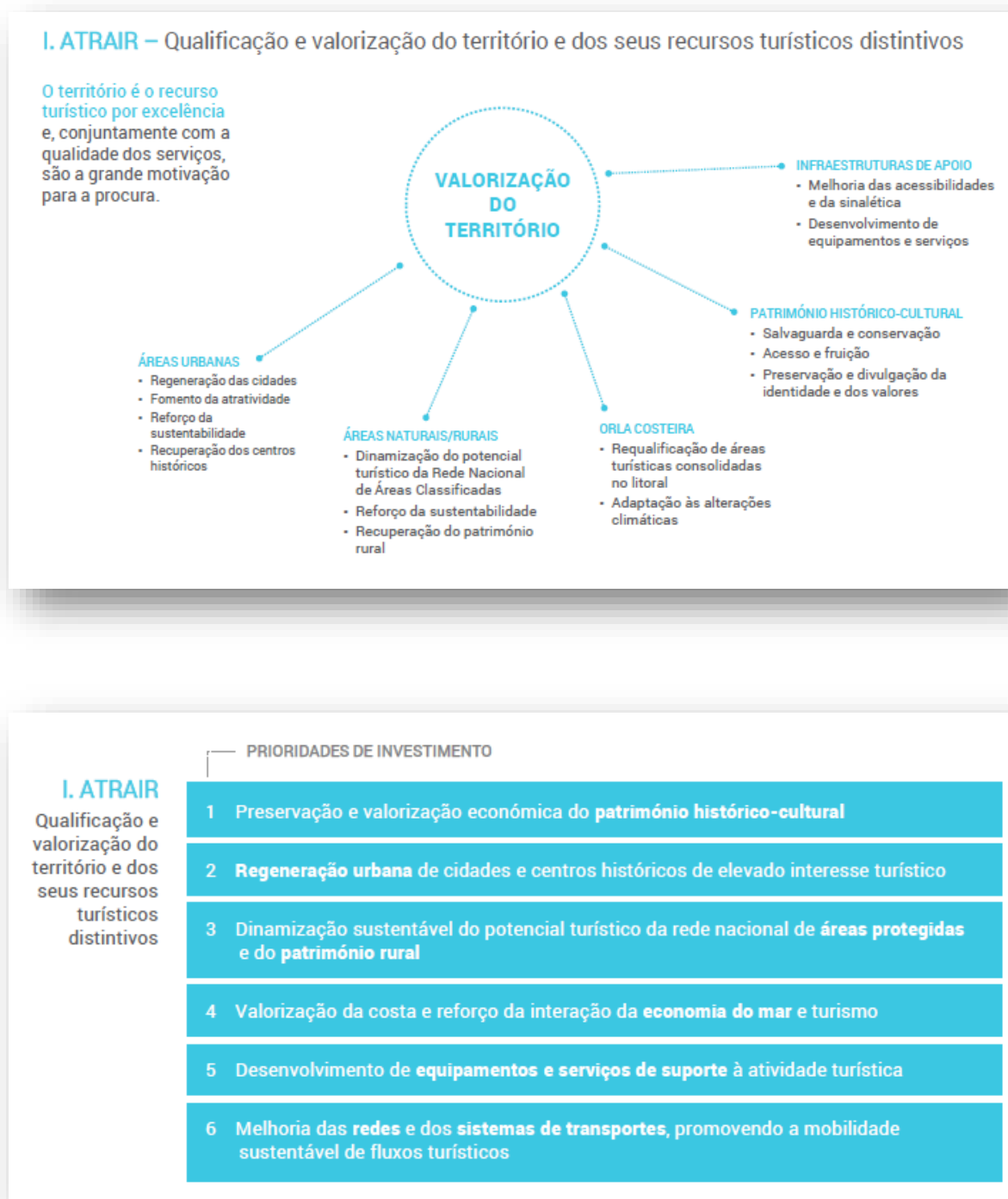


Figura 19 Objetivo I Atrair Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:158)

A valorização do território compreende o binómio território/serviços como motivo de procura. Engloba áreas urbanas, rurais e costeiras, assim como as infraestruturas de apoio e o Património Histórico e Cultural. O investimento deverá incidir, entre outros, na

preservação do património, na regeneração da rede urbana e no melhoramento das redes de transportes, com o objetivo de atrair novos mercados e fidelizar os existentes.

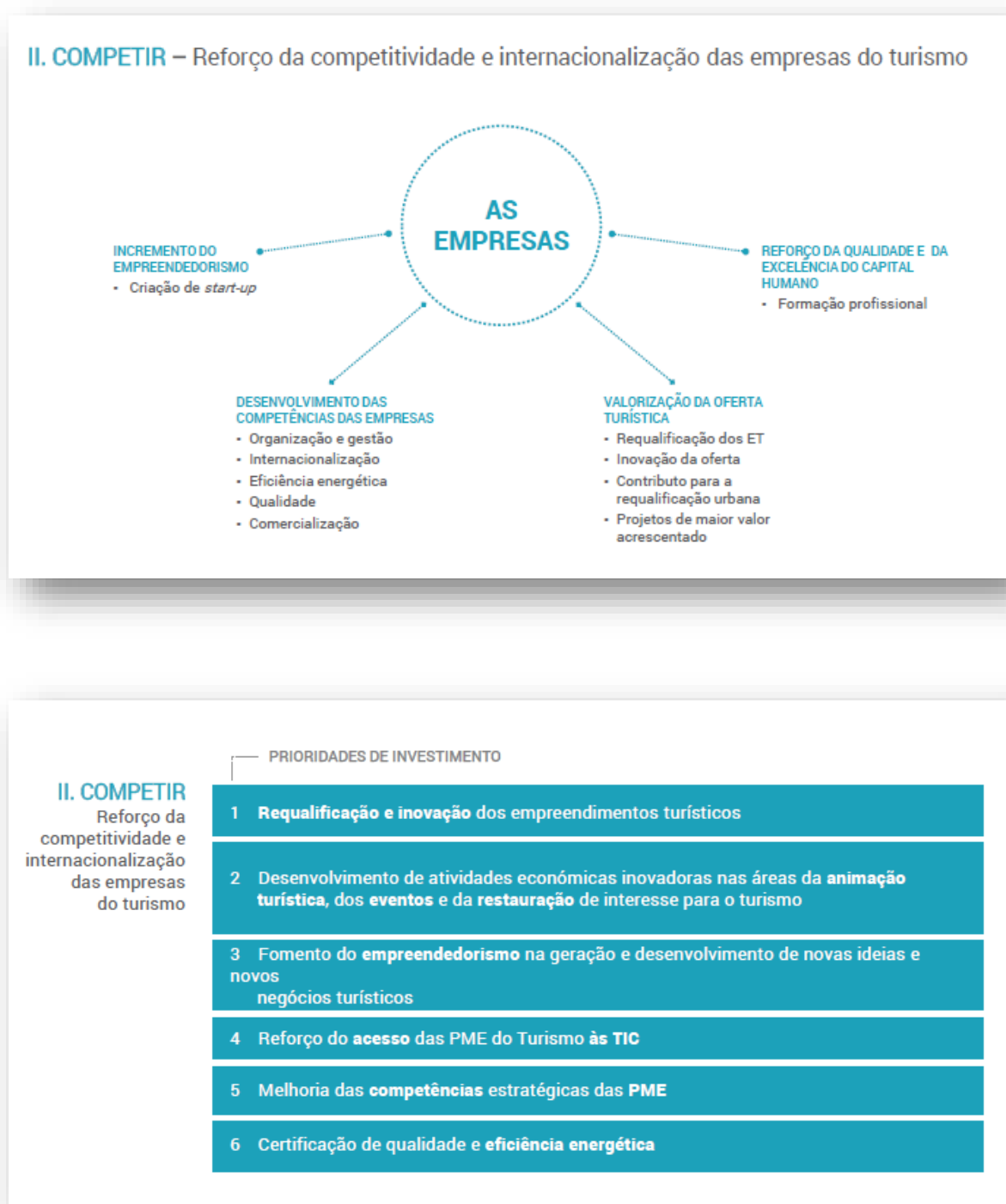


Figura 20 Objetivo II Competir Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:161)

Ao nível das empresas pretende-se o desenvolvimento de competências recorrendo ao empreendedorismo e à formação e qualificação dos recursos humanos, com o intuito de valorizar a oferta. Por forma à internacionalização do tecido empresarial, o investimento deve contemplar o apoio às PME's, a certificação energética ou a inovação dos empreendimentos turísticos. Pretende-se a internacionalização de empresas cada vez mais competitivas.

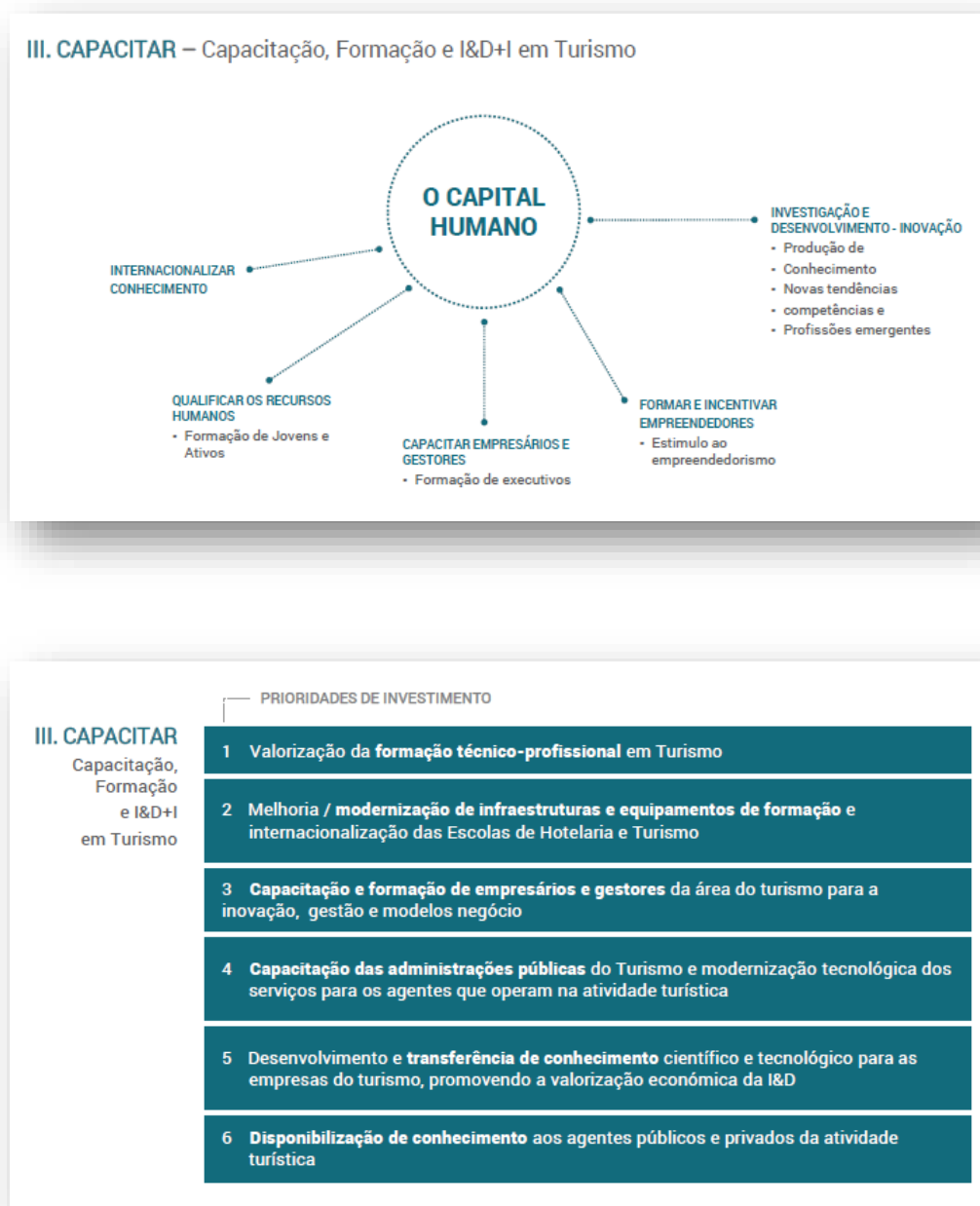


Figura 21 Objetivo III Capacitar Fonte Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:162)

No que respeita aos recursos humanos importa não só a qualificação dos jovens, como também dos executivos. As prioridades de investimento direcionam-se para a formação profissional na área do turismo de todos os intervenientes, na modernização de infraestruturas e na transferência de conhecimento

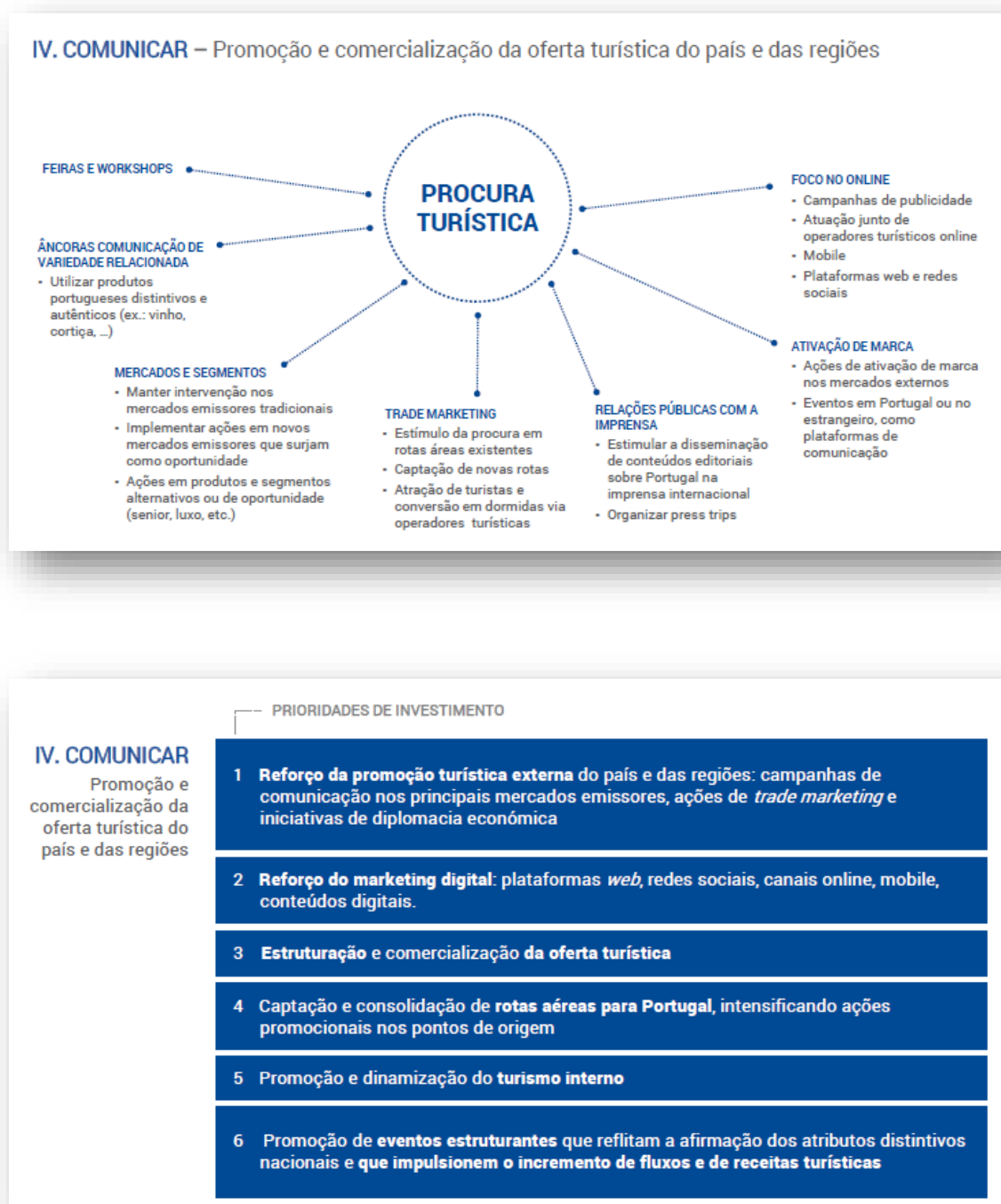


Figura 22 Objetivo IV Comunicar Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:164)

A promoção e comercialização da oferta assenta na comunicação. Para o efeito são necessárias um conjunto de ações que visam a divulgação da marca e dos produtos tipicamente portugueses, não só em território nacional, como também no estrangeiro. Neste sentido o investimento deve ser canalizado para campanhas de marketing eficazes, para a estruturação da oferta turística e para a realização de eventos que projetem a marca e os produtos nacionais.



Figura 23 Objetivo V Cooperar Fonte: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (2014:166)

Recorrendo aos programas em vigor, Portugal deve reforçar a cooperação internacional, nomeadamente com Espanha e de uma forma mais abrangente com todo o espaço europeu.

Estes objetivos temáticos expressos no Portugal 2020 encontram correspondência com os objetivos estratégicos do Turismo 2020.

Para o reconhecimento dos projetos importa que os mesmos se enquadrem em critérios gerais que passam pelo enquadramento estratégico, o valor intrínseco do projeto e os promotores e parceiros. A par destes critérios salienta-se a importância da regulamentação estabelecida nos Programas Operacionais, nos avisos dos concursos e na regulamentação própria.

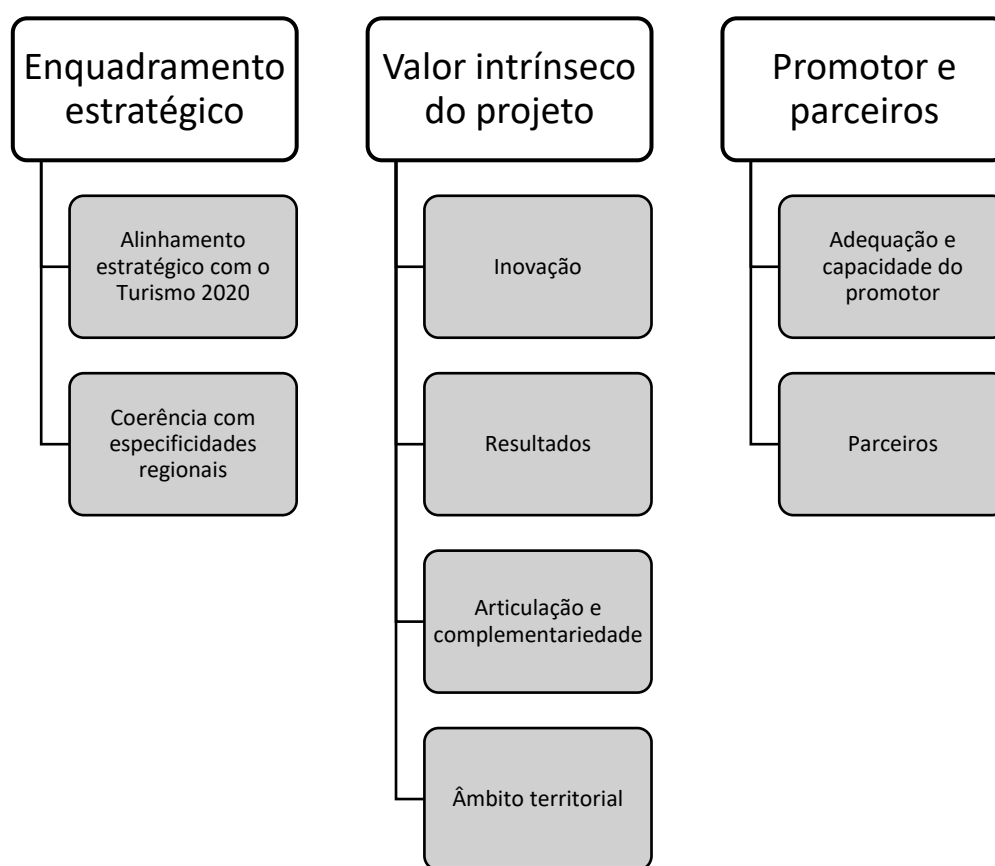


Figura 24 Critérios gerais para os projetos Fonte: Elaboração Própria

Estes critérios pré-estabelecidos comportam um conjunto de características que se verificam pertinentes aquando da candidatura de um projeto. Neste sentido, além do enquadramento com as políticas do Turismo 2020 ou com as especificidades regionais, importa perceber até que ponto o projeto é inovador e complementa a oferta existente no



território. Importa de igual modo a criação de parcerias e a busca de promotores qualificados para garantir o sucesso do projeto e obtenção dos resultados expectáveis.

### **2.5.1.5. Modelo de Gestão e Monitorização**

Monitorizar e avaliar os efeitos da implementação de qualquer plano é relevante para o sucesso do planeamento turístico na perspetiva de qualificação dos destinos turísticos.

Toda a gestão e monitorização do Plano de Ação é efetuada por uma entidade gestora (Turismo de Portugal). Esta entidade gestora funciona como Autoridade Turística Nacional, na medida em que coordena e monitoriza todo o plano. Tem ainda a seu cargo a mobilização de iniciativas e atores, bem como todo o apoio técnico a promotores na dinamização e desenvolvimento de projetos. É também da sua responsabilidade a integração nos Órgãos de Acompanhamento de Projetos e a cooperação com Autoridades de Gestão sobre projetos de natureza pública da área do turismo.

O Conselho Superior é o órgão de alto nível de natureza estratégica composto por um número restrito de entidades em áreas centrais para o Turismo do país e regiões. Constitui uma plataforma de reflexão estratégica, concertação e de colaboração ativa no desenvolvimento de iniciativas para a concretização de programas e projetos subjacentes aos objetivos do Plano de Ação Turismo 2020.

Por último, a Comissão de Acompanhamento é o órgão que integra várias entidades de diferentes setores de atividade das diferentes regiões. As suas funções estão relacionadas com a promoção da dinamização de projetos para a concretização dos objetivos do Plano (reuniões bilaterais entre os membros da Comissão e Entidade Gestora do plano) e com a promoção da reflexão sobre o Turismo Nacional e a monitorização do Plano de Ação (CANT – Convenção Anual Nacional do Turismo).

## **2.6. Entidade Regional Turismo do Centro de Portugal e seu reflexo nas políticas municipais de turismo**

Segundo o RIS3 do Centro de Portugal 2020, “*A Região Centro de Portugal incorpora 100 municípios, abrange a área de 28.199 Km<sup>2</sup> (sendo a segunda maior em Portugal, superada apenas pelo Alentejo), possui uma fronteira terrestre internacional com Espanha de 270 Km e uma linha de costa atlântica de 279 Km de extensão e uma população de 2.327.755 habitantes*”.

A nível hidrográfico, são várias as bacias que a integram, nomeadamente a bacia do Douro (Côa), do Tejo (Zêzere), o Mondego, o Vouga, o Liz, assim como as ribeiras costeiras. A sua paisagem é diversificada e inclui áreas naturais.

Na Região Centro de Portugal, as políticas de Desenvolvimento Regional para o período 2014-2020 passam pela prioridade da temática da Coesão Territorial, sem esquecer as fortes assimetrias existentes.

O Centro de Portugal é uma unidade territorial NUT II (Nomenclatura de Unidade Territorial) e no âmbito da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC), apresenta-se como uma criação recente definida administrativamente, situado num território anteriormente designado como Beiras (Beira Litoral e Beira Interior).

Assim, o Turismo Centro de Portugal (TCP) é o órgão responsável pela coordenação da promoção nacional e internacional da Região, articulando as atividades com os agentes económicos locais. Foram incluídos então três novos polos turísticos aos quatro anteriores já existentes: Leiria e Fátima, Serra da Estrela e Oeste, totalizando os 100 municípios referidos anteriormente e as 8 CIMS.

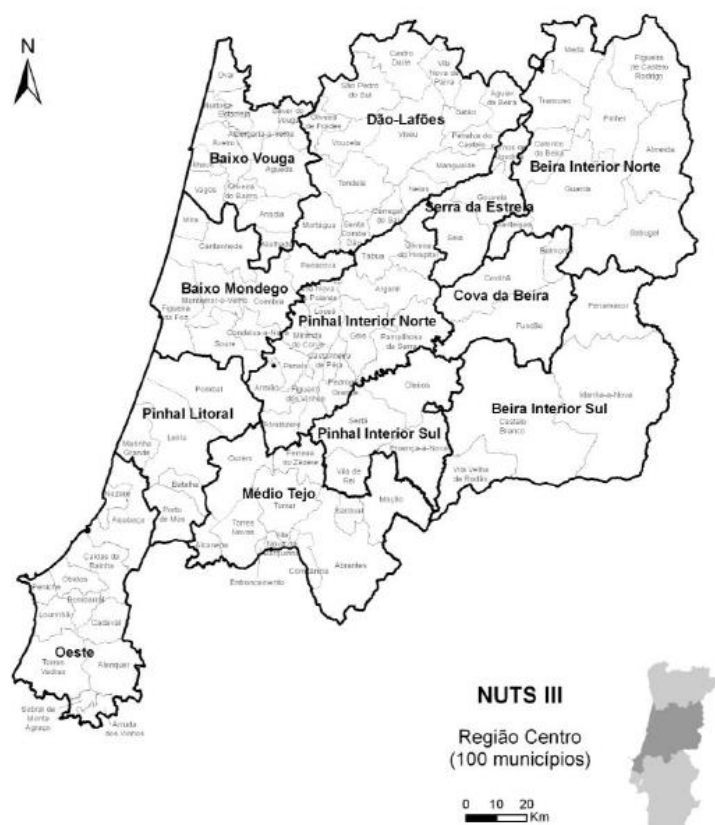


Figura 25 NUTS III da Região Centro de Portugal Fonte: IPAM LAB (2013:14)

Sendo a região centro composta por um vasto conjunto de municípios (100 municípios) todos eles distintos e com especificidades acentuadas, faz sentido que a prioridade das políticas de Desenvolvimento regional assente na coesão territorial.

O Turismo Centro de Portugal, enquanto órgão responsável pela promoção nacional e internacional da região, coordena todas as atividades não só a um nível mais abrangente com as Comunidades Intermunicipais, como também a um nível mais restrito com os agentes económicos locais, neste caso concreto com o município de Vila Nova da Barquinha.

Face ao exposto, o município não só adaptou as suas políticas em função das diretivas e dos objetivos provindos do TCP, como também enquadró os seus projetos de acordo com esses objetivos, nomeadamente no reforço da coesão territorial, na valorização dos recursos humanos ou na reestruturação de infraestruturas.

### **2.6.1. Enquadramento legal: áreas regionais de turismo e territórios abrangidos**

As áreas regionais de Turismo, das quais a Região é parte integrante, foram constituídas e reconhecidas no seu regime jurídico através da Lei n.º 33/2012 de 16 de Maio. Verificou-se a necessidade de enquadrar legalmente as áreas regionais de turismo, através da criação de legislação própria, para que se enquadrasse simultaneamente o processo de organização do planeamento turístico, não só respeitante às referidas áreas, mas também todo o território abrangido pelas mesmas.

O art.º 2º da Lei 33 refere que “Para efeitos de organização do planeamento turístico para Portugal Continental são consideradas cinco áreas regionais de turismo, as quais incluem toda a área abrangida por cada uma das respetivas cinco unidades que constituem o nível II da Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS II) (...)”

Assim sendo, considera-se as entidades regionais de turismo como pessoas coletivas públicas, de natureza associativa, com autonomia administrativa e financeira e património próprio.

O art.º 5º refere ainda que as entidades regionais de turismo tem por missão a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, assim como a gestão integrada dos destinos no quadro de desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de Turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que as integram.

Das várias atribuições que lhes estão destinadas, destaca-se a colaboração com os órgãos da administração central, a definição do plano regional de Turismo, o levantamento da oferta turística da região, assim como a sua promoção, entre outras.

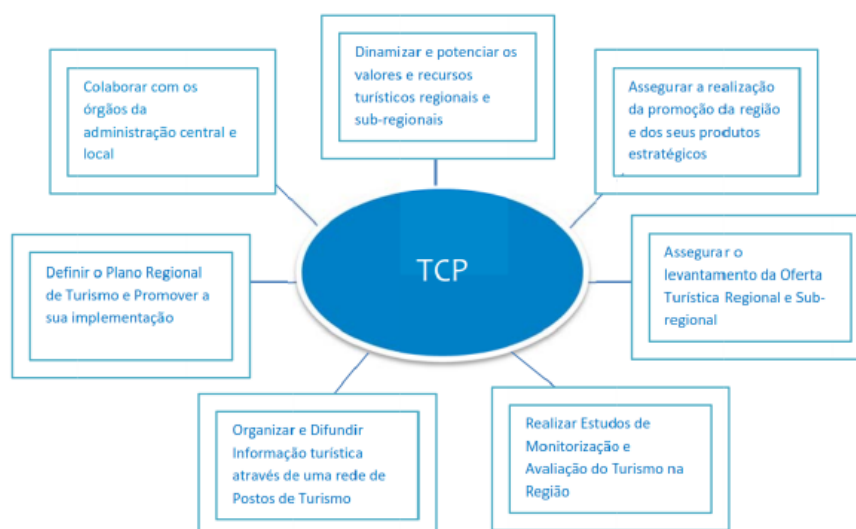


Figura 26 Atribuições da TCP Fonte: IPAM LAB (2013:15)

Os órgãos que integram cada uma das entidades regionais do Turismo são (alíneas a), b), c) e d) do ponto 1 do art.º10 da Lei 33/2012):

- Assembleia Geral;
- Conselho de Marketing;
- Comissão Executiva;
- Fiscal Único.

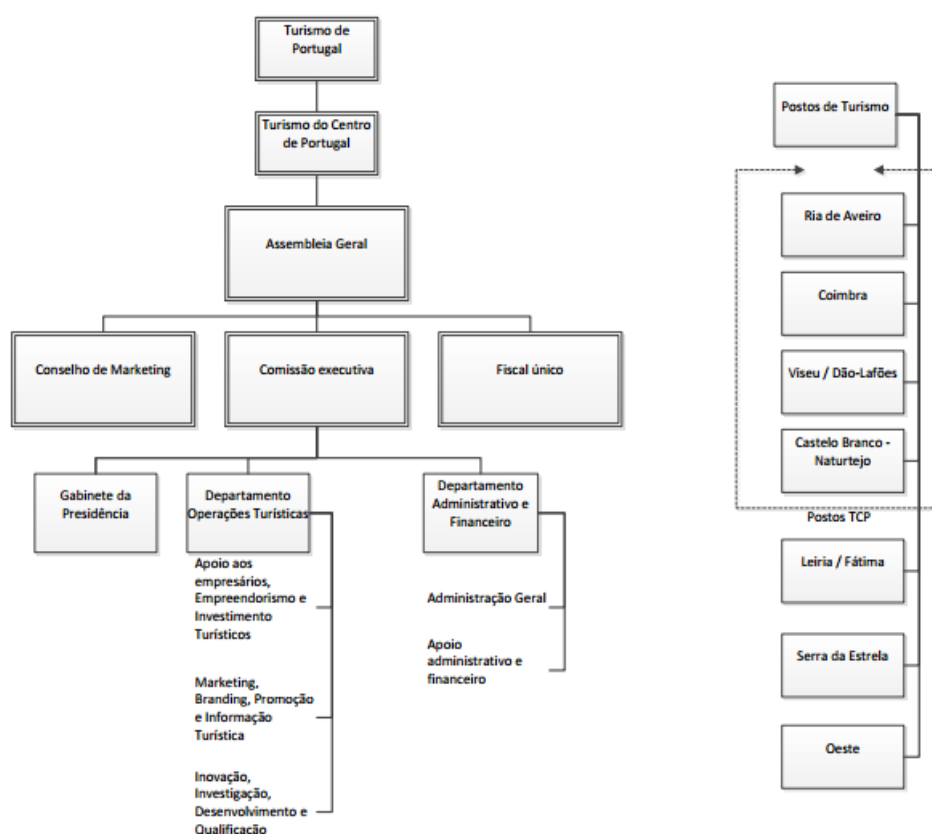


Figura 27 Estrutura Organizacional da TCP Fonte: IPAM LAB (2013:16)

No que respeita à organização interna, esta é constituída por unidades orgânicas centrais, podendo ainda possuir delegações e postos de turismo (ponto 1 do art.º 23º).

Após a reorganização das Entidades Regionais de Turismo, a Entidade Regional de Turismo do Centro, sucedeu nas atribuições dos polos de desenvolvimento turístico da Serra da Estrela, Leiria-Fátima e Oeste (alínea b), do ponto 1 do art.º 37º).

Os estatutos desta nova entidade turística encontram-se legislados no Despacho nº 8864/2013 de 8 de Julho.

Assim, a Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal, adota a denominação de Turismo Centro de Portugal com a abreviatura de TCP (ponto 1 do art.º 1º), tem sede em Aveiro (ponto 1 do art.º 2º) e da sua organização interna fazem parte unidades orgânicas centrais, delegações e lojas ou postos de turismo (ponto 1 do art.º 31º).

Toda esta estrutura poderá ser benéfica para o município da Barquinha, na medida em que se pretende a valorização e o desenvolvimento das capacidades turísticas de cada uma das áreas e a gestão integrada de todos os destinos. O município poderá beneficiar diretamente das funções inerentes à área regional de turismo a que pertence, uma vez que

esta colabora com os órgãos de administração central, procede ao levantamento da oferta turística e à respetiva promoção da região, colaborando ainda na elaboração do plano regional de turismo.

Encontra ainda nesta estrutura apoio administrativo e financeiro, bem como apoio nas operações turísticas. Sendo o município um território de pequenas dimensões e com pouca expressividade no panorama turístico nacional encontra neste estrutura apoio importante no que respeita ao empreendedorismo e ao investimento e consequentemente ao tecido empresarial. Beneficia de igual modo das campanhas de marketing, promoção e informação turística projetadas para a região, aspetos que isoladamente seriam difíceis de alcançar.

O mesmo se verifica no que respeita à inovação, ao desenvolvimento ou à qualificação. Servindo-se e apoiando-se nesta estrutura e da área em que se insere, o município beneficia diretamente de apoios e incentivos que de outra forma poderiam não estar ao seu alcance.

Após revisão da literatura, procedemos à revisão crítica do “Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020”.

### **2.6.2. Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020**

Os Programas Operacionais do Portugal 2020 são fundamentais para o investimento económico nomeadamente no sector do turismo. Nesta lógica o POC 2014-2020 apresenta como principais objetivos sustentar e reforçar a criação de valor e a transparência do conhecimento; promover um tecido económico industrializado, competitivo e exportador; captar e reter talento qualificado e inovador; reforçar a coesão territorial; estruturar uma rede policêntrica de cidades de média dimensão; dar vida e sustentabilidade a infraestruturas existentes e consolidar a capacidade institucional.

Todos esses objetivos delineados vão de encontro à Estratégia Europa 2020, na medida em que convergem para um crescimento inteligente, sustentado e inclusivo e mobiliza nove dos onze possíveis objetivos temáticos, propostos pela regulamentação europeia.

De igual modo, está também alinhado com as temáticas do Portugal 2020: competitividade e internacionalização, inclusão social e emprego, capital humano e sustentabilidade e eficiência no uso dos recursos.

Esse alinhamento verifica-se também a nível operacional, uma vez que se verifica a coordenação da aplicação dos fundos europeus na Região Centro, com os PO temáticos em cada um dos respetivos domínios.

A Estratégia do Centro 2020 encontra alicerces numa Estratégia de Investigação e Inovação para uma especialização inteligente, centrada em quatro plataformas de inovação:

- Soluções industriais sustentáveis;
- Valorização e uso eficiente dos recursos endógenos naturais;
- Tecnologias ao serviço da qualidade de vida;
- Inovação territorial.

Foram então elaborados dez eixos de intervenção, com uma dotação financeira do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) e do Fundo Social Europeu (FSE).

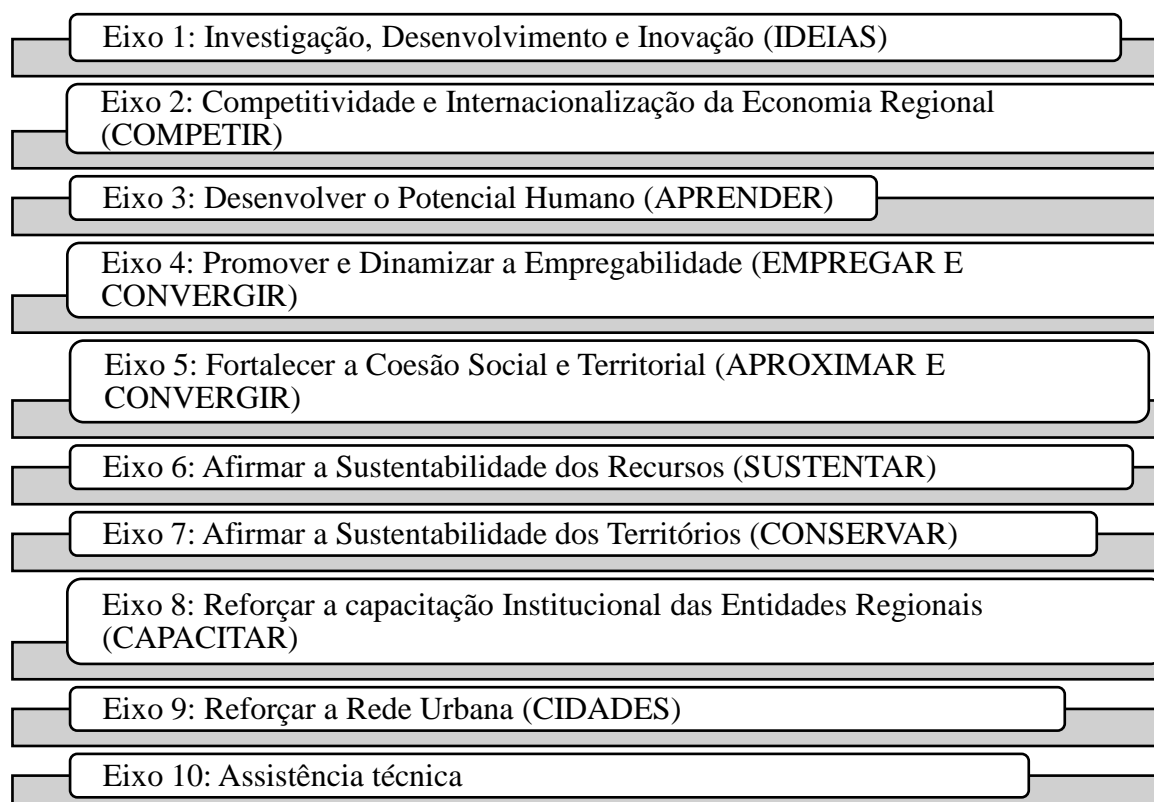


Figura 28 Eixos de Intervenção Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Programa Operacional Regional do Centro (2014:5)



Uma vez mais estes eixos refletem a Estratégia Europa 2020 (crescimento inteligente, sustentado e inclusivo) e as temáticas do Portugal 2020. Pretende-se para a região centro como já referido anteriormente, uma coesão social e territorial, conseguida quer pelo reforço das redes urbanas que integram esse território, quer pelo reforço da capacitação Institucional das Entidades Regionais. Importa salientar mais uma vez a relevância dos recursos humanos qualificados e a sustentabilidade dos territórios e dos recursos que este dispõe. A aposta na inovação, na investigação e no desenvolvimento, tornam a região mais competitiva e com capacidade de se afirmar internacionalmente.

No que diz respeito à abordagem territorial, a dimensão territorial da Política de Coesão é fundamental para o investimento económico e para a qualificação dos territórios e expressa-se no Centro 2020 através de abordagens distintas:

- Investimentos Territoriais Integrados (ITI): procuram responder à necessidade de combater os desequilíbrios regionais e potenciar as capacidades e recursos de todos os territórios;
- Desenvolvimento Local de Base Comunitária: promove em territórios específicos (rurais, urbanos e costeiros) o desenvolvimento e a diversificação das economias locais;
- Ações Integradas de Desenvolvimento Urbano Sustentável: valorização da estruturação urbana e promoção da atratividade e da competitividade dos centros urbanos de nível superior;
- Estratégias Territoriais Específicas: promove a competitividade dos territórios de baixa densidade, valorizando economicamente os recursos endógenos de âmbito regional com capacidade de diferenciação.

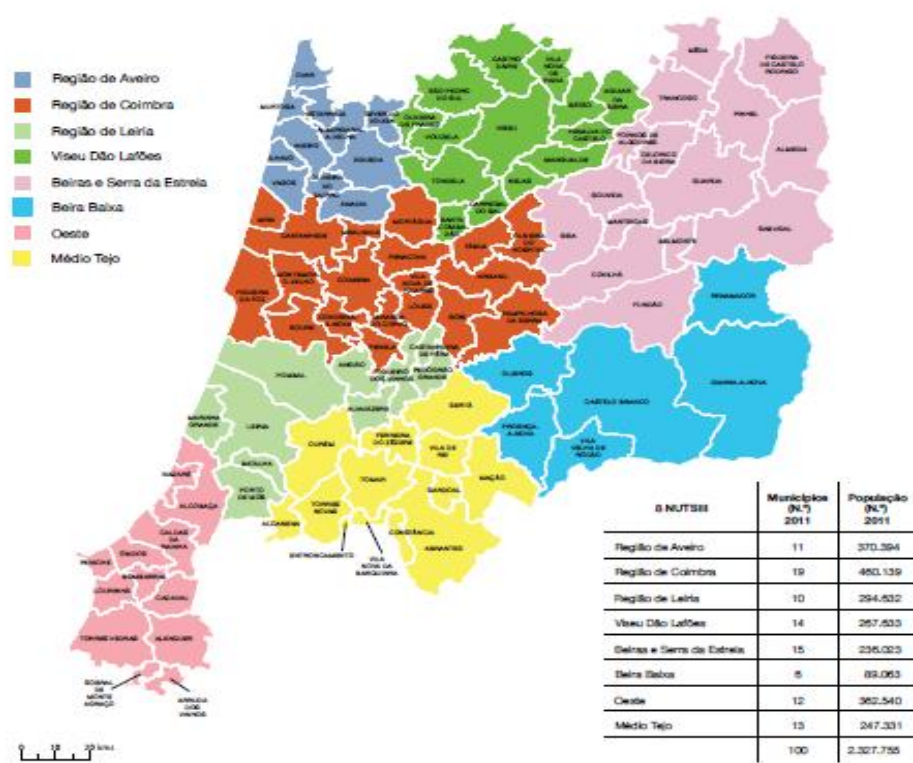


Figura 29 NUTS II e NUTS III da Região Centro Fonte: Programa Operacional Regional do Centro (2014:6)

Dada a dimensão territorial da região centro e tendo em conta as assimetrias deste vasto território, é fundamental que se procure responder aos desequilíbrios territoriais e que se potencializem todos os recursos, contribuindo desta forma para o desenvolvimento das economias locais. Estas medidas contribuem de igual forma para que através da diferenciação desses recursos se verifique a valorização económica quer dos meios rurais quer dos territórios de pequenas dimensões, como é o caso de Vila Nova da Barquinha.

### 2.6.3. Eixos de Intervenção e sua aplicação em Vila Nova da Barquinha

Os eixos de intervenção preconizados pelo TCP aplicam-se facilmente à realidade de Vila Nova da Barquinha. Embora adaptados à escala territorial do concelho, estes eixos especificam objetivos que vão de encontro às pretensões das políticas em vigor no município, contemplando uma série de projetos que a autarquia pretende realizar e enquadrando muitas das entidades que se podem candidatar aos fundos previstos. Na tabela que se segue, esquematizamos os eixos de intervenção do TCP.

Eixo 1 Investigação, Desenvolvimento e Inovação (FEDER)
Eixo 2 Competitividade e Internacionalização da Economia Regional (FEDER)
Eixo 3 Desenvolver o Potencial Humano (FEDER e FSE)
Eixo 4 Promover e Dinamizar a Empregabilidade (FEDER e FSE)
Eixo 5 Fortalecer a Coesão Social e Territorial (FEDER e FSE)
Eixo 6 Afirmar a Sustentabilidade dos Recursos (FEDER)
Eixo 7 Afirmar a Sustentabilidade dos Territórios (FEDER)
Eixo 8 Reforçar a Capacitação Institucional das Entidades Regionais (FEDER e FSE)
Eixo 9 Reforçar a Rede Urbana (FEDER)

Tabela 17 Eixos de Intervenção e Dotação Financeira Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Programa Operacional Regional do Centro (2014:44)

Consoante as temáticas a que cada um dos eixos corresponde, verificamos que existe um vasto leque de entidades que se podem candidatar a estes projetos e aos fundos de investimento que os sustentam: entidades públicas e privadas, instituições e associações, PME's e outras empresas, autarquias e comunidades intermunicipais, agentes culturais e regionais, escolas, entre outros.

Os projetos são de variada índole e enquadram-se nos objetivos específicos propostos para cada um dos eixos, correspondendo ao respetivo apoio financeiro previsto em cada nível. A relação entre os objetivos específicos e a candidatura dos projetos visam o desenvolvimento regional local, na medida em que contribuem para o crescimento sustentado e inteligente da região. Como se depreende da interpretação dos eixos, pretende-se uma aposta na inovação e na internacionalização das empresas, focado nas ações de apoio ao empreendedorismo e à incubação de empresas, tal como se verifica em Vila Nova da Barquinha. Outro dos aspetos relacionado com os projetos do município e que deriva destes eixos é a qualificação e modernização das instalações escolares, que se reflete na posterior qualificação dos recursos humanos.

No que respeita ao eixo da coesão social e territorial e ao eixo da promoção e dinamização da empregabilidade, mais uma vez o município enquadra alguns dos seus projetos nestas medidas, nomeadamente na sensibilização para a inclusão social e com iniciativas de apoio aos mais desfavorecidos (loja social). O mesmo se verifica em relação a fatores de ordem ambiental, urbanista e paisagista, não só enquanto fator de distinção mas também por questões de requalificação e ordenamento do território, criando infraestruturas

base, relacionadas com o saneamento básico ou o tratamento de águas residuais. Por fim, enquadrado no eixo 8, que pretende reforçar a capacitação institucional das entidades regionais, a autarquia a autarquia enquadra os seus projetos na medida em que pretende reforçar a capacitação institucional, através da modernização dos serviços recorrendo para o efeito à aquisição de equipamentos informáticos e eletrónicos.

## **2.7. CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo**

As Comunidades Intermunicipais são formas associativas que os municípios encontraram para ganharem maior peso junto do Estado central e das instâncias europeias e internacionais dentro das atribuições que constitucionalmente lhes estão confiadas. Assim e com a extinção da Associação de Municípios do Médio Tejo e a Comunidade Urbana do Médio Tejo, surge a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo (CIMT). Esta Comunidade nasce com o intuito de promover o desenvolvimento equilibrado e sustentável do território onde está inserido, tendo por base o planeamento estratégico regional e o apoio às autarquias locais.

Sendo uma associação de fins múltiplos, foi constituída no ano de 2008, pelo regime jurídico do Associativismo Municipal (Lei n.º 45/2008 de 27 de Agosto) e instituída como pessoa coletiva de direito público através da publicação dos seus estatutos estabelecidos pela Lei n.º 75/2013 de 12 de Setembro.

Os objetivos estratégicos definidos para a Região são assegurados pelos seus órgãos representativos: Conselho Intermunicipal, Assembleia Intermunicipal, Secretariado Executivo Intermunicipal e o Conselho Estratégico para o Desenvolvimento Intermunicipal.

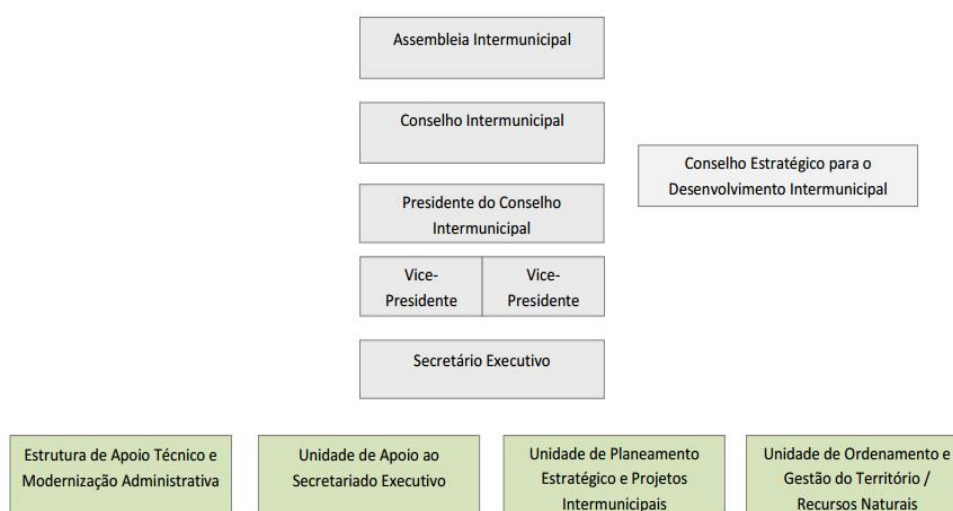


Figura 30 Organograma de Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo Fonte:  
<http://www.mediotejo.pt/index.php/cimt/estrutura-organica/organigrama>

Esses objetivos integram a valorização da identidade regional, a articulação e otimização dos serviços públicos, o estímulo à cooperação dos atores locais e regionais e o incentivo à competitividade empresarial.

Localizada na região Centro de Portugal Continental, com sede em Tomar e Polos em Abrantes e Constância, no distrito de Santarém, a CIMT agrega treze concelhos: Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Mação, Ourém, Sardoal, Sertã, Tomar, Torres Novas, Vila de Rei e Vila Nova da Barquinha.

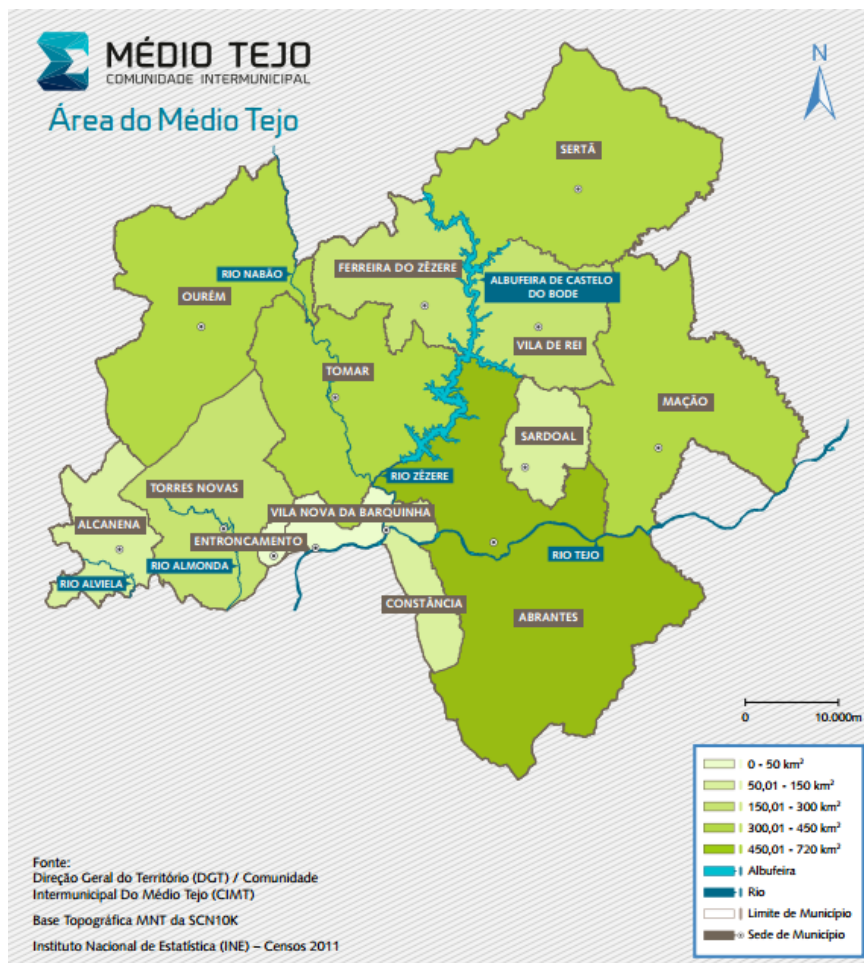


Figura 31 Concelhos que integram a CIMT Fonte: <http://www.mediotejo.pt/index.php/medio-tejo/a-regiao>

Como se depreende pela figura anterior, os municípios do Médio Tejo apresentam dimensões variáveis entre os 50 Km<sup>2</sup> e os 750 Km<sup>2</sup>, perfazendo um total de cerca de 3344 km<sup>2</sup>.

Após revisão da literatura, procedemos à recensão crítica do “Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020”.

### 2.7.1. Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020

O documento “Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020” apresenta a estratégia a adotar no planeamento estratégico territorial enunciando a ambição e desafios que se colocam no futuro e os critérios ligados às decisões políticas.

De salientar que a bordagem territorial é efetuada à escala conjunta da Região Médio Tejo e que as referências concelhias individuais são contudo escassas.

### **2.7.2. O processo de construção da estratégia Médio Tejo 2020**

A estratégia nacional entrosada na da união europeia é uma realidade política que sustenta as intervenções territoriais que desde a adesão de Portugal à EU tem modificado a paisagem portuguesa nomeadamente no que respeita ao ordenamento do território e suas consequências gerais e para o sector turístico.

A política de coesão europeia pretende concretizar os objetivos de crescimento inteligente, sustentável e inclusivo nos Estados-Membros para 2014-2020. A natureza assumida desta estratégia define-se por ser dinâmica e *in progress*, levando a uma permanente adequação da estratégia e da sua implementação às novas orientações.

Na metodologia utilizada, visou-se a importância de envolvimento e participação de todos os atores envolvidos, sociais e económicos, tendo para tal sido mobilizada toda a sociedade civil e as entidades relevantes com o intuito de implementar as orientações constantes no plano de desenvolvimento territorial e a implementação de procedimentos a longo prazo. Para o efeito, foram realizados três *workshops* temáticos e um outro transversal onde se apresentaram as conclusões das sessões anteriores: Pessoas e Inclusão Social, Empresas e Competitividade, Sustentabilidade Ambiental e Territorial. Nestes *workshops* foram debatidas questões ligadas aos constrangimentos e desafios da região, partindo da questão principal alusiva ao que realmente se pretendia para o Médio Tejo.

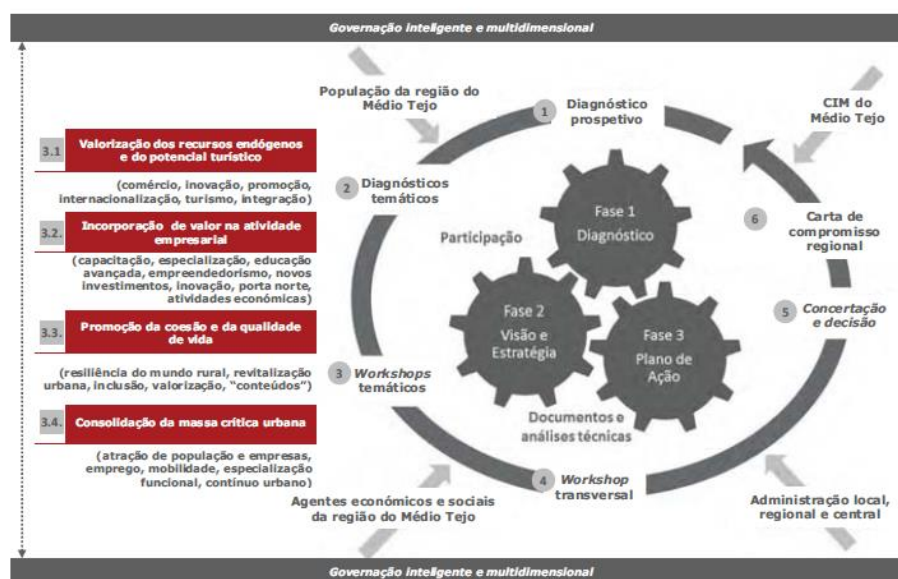


Figura 32 Fases do Planeamento estratégico Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:15)

Pretendeu-se assim o envolvimento dos que direta ou indiretamente contribuem para o sucesso dos objetivos pretendidos para o Médio Tejo, levando à criação de um modelo de governação eficaz que se materializou através de um Conselho Estratégico para o Desenvolvimento Intermunicipal e numa Carta de Compromisso, onde todos os *stakeholders* se fazem ouvir na condução dos destinos da região e na definição de prioridades de intervenção. Foi igualmente criado um Órgão Operacional de Gestão e Governação e elaborado o Programa de Operacionalização de Ações.

### 2.7.3. Diagnóstico prospetivo da região Médio Tejo

#### 2.7.3.1. O território do Médio Tejo

O novo quadro comunitário consagra a integração de dois concelhos NUTS III Pinhal Interior Sul (Sertã e Vila de Rei) a somar aos onze concelhos que já compunham a NUTS III Médio Tejo (Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Ourém, Sardoal, Tomar, Torres Novas, Vila Nova da Barquinha e Mação).

Esta região centro é privilegiada geograficamente, quer no sentido Norte/Sul, quer no sentido Litoral/Interior, estando na confluência de importantes eixos rodoviários. É



também bastante diversificada no que concerne a meios rurais e urbanos, questões ambientais, patrimoniais e histórico-culturais e atividades primárias e industriais sustentadas por um tecido produtivo bastante dinâmico.

### **2.7.3.2. Lições da experiência do Programa Territorial de Desenvolvimento 2007-2013**

O modelo de contratualização, pioneiro, assumido pelas entidades regionais CUMT e AMPIS, conferiu uma experiência de atuação conjunta e possibilitou uma contenção de custos e uma otimização de recursos. Este modelo levou a que se desenvolve-se um processo de construção de uma estratégia global de desenvolvimento, contemplando a identificação de uma visão num horizonte temporal de longo prazo, identificando os principais eixos de articulação dos objetivos definidos. A estratégia adotada por este modelo converge com a estratégia da Região Centro e apresenta a proposta de um plano de investimentos que evidencia a coerência estratégica das operações. Contudo retirou capacidade executiva ao conjunto das prioridades estratégicas e operações construtivas nos PTD.

### **2.7.3.3. Os elementos distintivos do Médio Tejo**

A região é rica em diversidade. Coexistem redes urbanas e rurais, é dotada de um património distinto e eventos exclusivos, como a Festa dos Tabuleiros, o Santuário de Fátima ou o Convento de Cristo. É ainda composta por um conjunto de Castelos, dispersos por vários Municípios, nomeadamente o Castelo de Almourol em V. N. da Barquinha, assim como uma forte vertente paisagística e elementos naturais (parques naturais, praias fluviais, parque natural da Serra de Aire e Candeeiros, entre outras).

São quatro os vetores distintos aos quais se reconhece potencial de afirmação:

- A riqueza e diversidade patrimonial;
- Os segmentos agrícolas (produtos regionais);
- A articulação de base produtiva com instituições relevantes de aprofundamento de conhecimentos;
- A centralização de localização e acessibilidades.

Os trunfos do Médio Tejo...	... recomendam intervenções de valorização e afirmação da região
<p><b>Recursos endógenos</b></p> <p> <b>Agricultura:</b> produtos regionais com tradição e qualidade com potencial de aceitação pelo mercado.</p> <p> <b>Floresta:</b> extenso coberto florestal com potencial de valorização económica alargado (produção, turismo, energia).</p> <p> <b>Rede hidrográfica:</b> rios (Almonda, Alviela, Nabão, Zêzere, Ocreza e Tejo), e albufeiras (Castelo de Bode, Cabril e Bouça).</p>	<p><b>Valorização económica de recursos,</b> beneficiando do potencial de promoção de uma especialização inteligente</p> <p><b>Alavancagem dos recursos endógenos assente</b> em princípios de inovação e diferenciação orientados para a procura, capaz de gerar emprego e criar riqueza no território</p> <p><b>Promoção da sustentabilidade dos recursos</b> através de sistemas inteligentes para a conservação e proteção do património natural</p>
<p><b>Rede patrimonial</b></p> <p> <b>Património natural:</b> Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros, Reserva Natural do Paul do Boquilobo, o Sítio de Sicó-Alvaiázere.</p> <p> <b>Património histórico:</b> Património Mundial reconhecido pela UNESCO (conjunto Castelo e Convento de Cristo), castelos, vestígios arqueológicos, aldeias de xisto, património ferroviário.</p> <p> <b>Património religioso:</b> Santuário de Fátima, igrejas e capelas.</p>	<p><b>Estratégia de marketing orientada para a</b> promoção integrada de produtos turísticos baseados na notoriedade e diversidade do património natural, histórico e religioso</p> <p><b>Integração dos diferentes patrimónios</b> em rotas turísticas capazes de reproduzir efeitos sistémicos sobre todo o território</p>
<p><b>Ambiente empresarial</b></p> <p> <b>Especialização:</b> combina setores ligados à exploração de recursos endógenos (pasta e papel e publicações, madeira, cortiça, mobiliário e alimentares) com as indústrias metálicas e o têxtil, vestuário e calçado.</p> <p> <b>Conhecimento:</b> sistema científico e tecnológico regional dinamizado pelo IPT, Tagusvalley, NERSANT, Agrocluster do Ribatejo e Centro Tecnológico das Indústrias do Couro.</p>	<p><b>Upgrade da oferta de localização empresarial</b> ancorado no desenvolvimento de sinergias entre empresas e instituições de conhecimento para a construção de vantagens competitivas</p> <p><b>Maior ambição dos resultados dos projetos</b> de colaboração entre o mundo académico e o empresarial, orientados para a promoção da inovação aplicada a produtos e serviços que promovam os ativos específicos e a base local do território</p>
<p><b>Cidades e modelo de vida</b></p> <p> <b>Rede urbana:</b> os cinco concelhos mais urbanos (Abrantes, Entroncamento, Ourém, Tomar e Torres Novas) concentram mais de 70% da população e cobrem mais de metade do território.</p> <p> <b>Polos rurais:</b> oito concelhos de pendor mais rural (Alcanena, Constância, Ferreira do Zêzere, Sardoal, Vila Nova da Barquinha, Sertão, Vila de Rei e Mação) mais afetados pelo esvaziamento populacional e envelhecimento.</p> <p> <b>Coesão:</b> território dotado de equipamentos que respondem a necessidades de qualificação do território, embora subsistam constrangimentos de carácter imaterial e novos fenómenos de exclusão que importa antecipar.</p> <p> <b>Mobilidade:</b> as boas condições de acesso à região contrastam com um sistema de mobilidade intrarregional ineficaz que agudiza os fenómenos de exclusão social.</p>	<p><b>Sistemas inteligentes aplicados à gestão da</b> região que contribuam para a melhoria da qualidade de vida dos residentes e preparem as cidades para os desafios do futuro</p> <p><b>Soluções positivas de desenvolvimento dos</b> polos rurais ancoradas na utilização das TIC enquanto veículos de redução das assimetrias territoriais</p> <p><b>Programação de conteúdos em rede e</b> refuncionalização de equipamentos como mecanismos de potenciação dos investimentos a realizar no território</p> <p><b>Supressão dos constrangimentos de mobilidade</b> interna com soluções inovadoras de transporte de carácter regional</p>

Figura 33 Elementos distintivos do território do Médio Tejo Fonte Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:23)

Como poderemos observar pelos dados que acabámos de citar uma boa promoção de marketing da região, potenciaria o turismo patrimonial, religioso e natural, assim como as atividades a eles associadas, levando à sua valorização económica. Torna-se necessário delinear intervenções que aproximem o património da região das expectativas do consumidor, visitante ou turista, diversificando para tal os “pacotes” temáticos, as

experiências, reprodução de cenários ou musealização de acontecimentos, com o propósito de gerar riqueza e criar emprego. É portanto necessária a criação de um produto turístico do Médio Tejo que poderá ser firmado em torno da bacia do Tejo, mas que de alguma forma integre todos os vetores nucleares de divulgação da região, mais ou menos conhecidos ou completamente desconhecidos.

#### **2.7.4. Visão e estratégia**

##### **2.7.4.1. A visão para o Médio Tejo de 2020**

A Visão construída para o Médio Tejo 2020, partiu da abordagem matricial entre o diagnóstico prospetivo e o novo enquadramento europeu para a política de coesão europeia. Esta Visão alberga os objetivos de crescimento inteligente, sustentável e inclusivo pretendidos pelas orientações comunitárias, reiterando formulações estratégicas para a região face ao definido pelo QREN. De igual forma, com esta Visão pretende-se prosseguir uma intervenção que valorize os investimentos infraestruturais patentes igualmente no QREN, realçando a importância da “rentabilização imaterial” dos mesmos, privilegiando a sua sustentabilidade e a reinvenção da sua utilização. Como pode ler-se no Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:37): *“A formulação da Visão Médio Tejo 2020 é o resultado da simbiose entre as lições da experiência do passado e os novos desafios ditados pela nova política de coesão europeia, pelo enquadramento conjuntural atual e pelas novas dinâmicas impostas num mundo cada vez mais global, interdependente e competitivo.”*

##### **2.7.4.2. Estratégia de desenvolvimento 2014-2020**

Uma vez identificados os elementos diferenciadores do Médio Tejo, assumida uma visão com objetivos traçados, estão reunidos os requisitos para a elaboração de uma estratégia de desenvolvimento para o horizonte 2020, como se confere no Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:41) *“A estratégia de desenvolvimento territorial para 2014-2020 refunda a estratégia de desenvolvimento territorial do PTD 2007-2013, uma vez que se reconhece que os eixos estratégicos que a sustentam mantêm a sua atualidade, o que justifica um processo de planeamento estratégico de continuidade, ao mesmo tempo que se*

*introduzem inovações estratégicas que personalizam à escala regional, os desafios nacionais e europeus para o novo período de programação estrutural.”.*

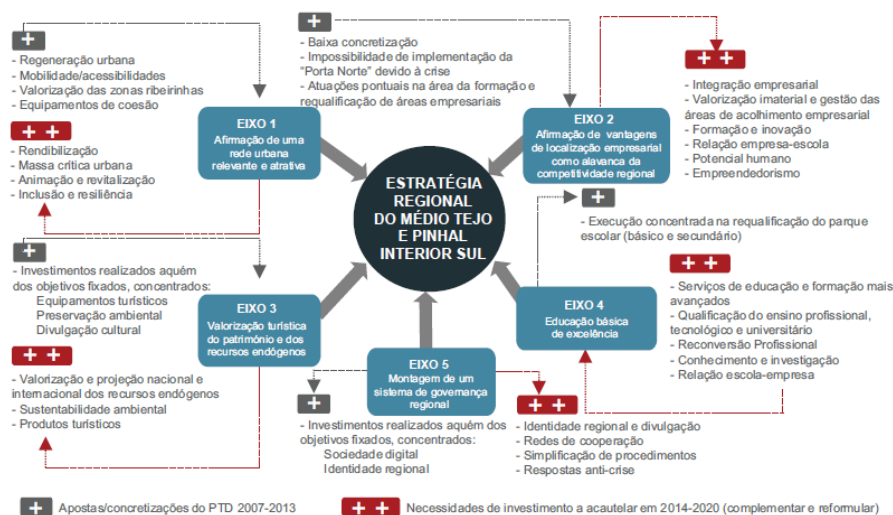


Figura 34 Concretizações do PTD 2007-2013 Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:42)

São cinco as orientações estratégicas que estão no suporte da elaboração da estratégia para o Médio Tejo, sendo que são duas orientações estratégicas de base, duas orientações estratégicas complementares e uma orientação estratégica transversal:

- Orientação 1: Valorização dos recursos endógenos e do potencial turístico;
- Orientação 2: Incorporação de valor na atividade empresarial;
- Orientação 3: Promoção da coesão e da qualidade de vida;
- Orientação 4: Consolidação de massa crítica urbana;
- Orientação 5: Governação inteligente e multidimensional.

Estas cinco orientações estratégicas, combinam objetivos de pertinência, inclusividade, sustentabilidade e governança, levando à concretização de pressupostos relacionados com uma maior competitividade inteligente, um maior potencial humano, uma maior coesão, uma maior sustentabilidade e mais governação.

Assim sendo, o Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:55) reitera que “A estratégia de desenvolvimento 2014-2020 para o Médio Tejo internaliza os objetivos da Política de Coesão 2014-2020, sem prejuízo das especificidades regionais que recomendam tipologias de intervenção de espectro mais alargado e que definem o caminho a percorrer pela região no horizonte 2020, e encontra-se alinhada com a ambição,

*prioridades e estratégia elencadas no Plano de Ação Regional 2014-2020 da região Centro (PAR) e incorpora, em particular, um espírito de intervenções fortemente correlacionado com as áreas de interligação da lógica de abordagem RIS3 perspectivada no PAR da região Centro.”*

## **2.7.5. Plano de Ação**

### **2.7.5.1. Programas temáticos de operacionalização da estratégia Médio Tejo 2020**

O Plano de Ação Médio Tejo 2020 está estruturado em seis programas temáticos que se desdobram em 23 ações. De salientar que este Plano foi construído para o território do Médio Tejo, pelo que as ações nele definidas materializam o espírito das intervenções consideradas necessárias para o território e combinam as intervenções de diversas entidades, sendo seis delas parcerias nucleares (CIM Médio Tejo, Municípios da região, IPT, Tagusvalley, grupos de ação local e a Nersant) e outras parcerias estratégicas. Destas últimas fazem parte diversas entidades públicas, privadas e associativas, com intervenção pertinente no território.

Programas temáticos	Intervenções assumidas como prioritárias [hierarquização e pertinência justificadas pelo diagnóstico da região]	Ações
1. Médio Tejo em constelação sustentável	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Implementar conceito de "território inteligente" pela promoção de uma utilização efetiva da informação na gestão do território enquanto sistema de polos residenciais, urbanos e rurais, que otimizam investimentos e equipamentos entre si</li> <li>✓ Valorizar continuidade e complementaridade de intervenções já realizadas e otimizar rede de equipamentos aos usos suscitados pelo perfil e necessidades da população</li> </ul>	1.1 Programa de desenvolvimento urbano inovador e sustentável 1.2 Intervenções estruturadas de valorização dos territórios de baixa densidade, enquanto polos de um sistema regional eficaz (residencial, laboral e lúdico/cultural) e qualificação da rede de equipamentos sociais 1.3 Programa de otimização dos sistemas de saneamento e das redes de abastecimento de água
2. Médio Tejo verde e azul	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprofundar a capacidade de resiliência do património natural do Médio Tejo, simbolizado na sua mancha florestal, na Serra d'Aire e Candeeiros e nas bacias dos rios Tejo e Zêzere, preparando o impacto do reforço turístico esperado</li> <li>✓ Dinamizar práticas quotidianas e modos de vida/trabalho ambientalmente mais eficientes</li> </ul>	2.1 Aumento da resiliência dos sistemas naturais e do seu potencial de valorização económica 2.2 Aumentar a capacidade de produção de energia através de fontes renováveis e apostar na mobilidade sustentável 2.3 Promoção da eficiência energética 2.4 Programa de valorização e gestão de resíduos
3. Médio Tejo inclusivo e com qualidade de vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dinamizar rede de articulação de competências e de cooperação efetiva entre entidades e recursos nos domínios da inclusão e do combate aos novos fenómenos de pobreza</li> <li>✓ Melhorar das condições de qualidade de vida da região nos vetores identificados como decisivos da capacidade de retenção e atração populacional: educação, saúde e mobilidade</li> </ul>	3.1 Capacitação da rede de atores regionais para a inclusão e o empreendedorismo social 3.2 Iniciativas inovadoras de promoção de um ensino de excelência 3.3 Qualificação da rede de equipamentos e serviços de saúde 3.4 Requalificação do sistema de mobilidade interna
4. Médio Tejo competitivo e empreendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fomentar a concretização de iniciativas empresariais ligadas aos recursos específicos do Médio Tejo</li> <li>✓ Promover a articulação entre o sistema empresarial, académico, de ensino e formação, e científico e tecnológico, na implementação de projetos concretos, integrados na estratégia de especialização inteligente da região e potenciadores da capacidade de internacionalização do tecido económico da região</li> <li>✓ Consolidação do potencial logístico da Porta Norte e Ferroviária e da capacidade de captação de investimento da região</li> </ul>	4.1 Programa de valorização económica dos recursos endógenos 4.2 Aprofundamento de competências dos centros de conhecimento e inovação regionais integrado no modelo regional de especialização inteligente 4.3 Desenvolvimento da rede regional de estímulo e apoio ao empreendedorismo 4.4 Estruturação de mecanismos de articulação da rede regional de formação profissional e superior 4.5 Programa de apoio à internacionalização do tecido económico da região 4.6 Consolidação e reforço da rede de ALE regional e infraestruturas de apoio 4.7 Desenvolvimento do potencial logístico da região
5. Médio Tejo com identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estruturação da imagem identitária do território em torno da bacia do Tejo e Zêzere e da estruturação dos produtos turísticos que articulam os seus patrimónios</li> <li>✓ Promoção e marketing territorial</li> <li>✓ Capacitação para a programação conjunta</li> </ul>	5.1 Valorização e promoção dos produtos históricos, culturais e religiosos com elevado interesse turístico 5.2 Promoção turística de territórios de elevado valor natural e paisagístico 5.3 Capacitação e sensibilização dos agentes envolvidos na gestão de bens culturais e naturais para a sua valorização económica
6. Médio Tejo com uma governança inovadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Suporte técnico e operacional de um modelo supramunicipal de gestão do território</li> </ul>	6.1 Apoio a iniciativas inovadoras de gestão territorial 6.2 Modernização administrativa e promoção da eficiência nos serviços prestados aos cidadãos e empresas

Figura 35 Programas temáticos e ações Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:68)

Quer os programas temáticos do Plano de Ação, quer as ações nele inscritas, foram definidas em função da sua coerência com os domínios de intervenção, muito embora o seu contributo seja transversal às diferentes orientações estratégicas.

## **2.7.7. Modelo de Governação**

### **2.7.7.1. Governação integrada do território**

Para que uma estratégia de desenvolvimento se concretize, é necessário não só um compromisso de médio/longo prazo em torno de uma visão de futuro e de plano de ação, como também um processo de participação social e uma gestão e governação transparente e clara sobre as diferentes responsabilidades, funções da gestão, recursos a mobilizar e resultados a alcançar, partilhada pelos diferentes *stakeholders*, em função da repartição dos custos e benefícios.

O papel das comunidades locais, ganha destaque nos documentos orientadores do próximo período de programação estrutural, no que respeita a desafios de governação e à escala das NUTS III.

Segundo as orientações da Comissão Europeia e o Acordo de Parceria, o desenvolvimento tem de ser direcionado para o binómio território/comunidade e a sua governação deve ser alargada a diferentes atores com o objetivo de:

- Incentivar as comunidades locais a desenvolver abordagens integradas participativas;
- Incentivar a inovação, incluindo a inovação social, o empreendedorismo e a capacidade de mudança;
- Promover a participação das comunidades e desenvolver o sentido de envolvimento e propriedade;
- Apoiar a governação multiníveis, abrindo caminho à total participação das comunidades locais no desenvolvimento da implementação de objetivos da UE.

É portanto neste contexto que, através da Lei n.º 75/2013 que estabelece o Regime Jurídico das Autarquias Locais, as NUTS III saem reforçadas como espaço territorial pertinente para o desenvolvimento de políticas públicas com competências em matéria de:

- Promoção do planeamento e da gestão da estratégia de desenvolvimento económico, social, ambiental do território abrangido;
- Articulação dos investimentos municipais de interesse intermunicipal;



- Participação na gestão de programas de apoio ao desenvolvimento regional, nomeadamente no âmbito do QREN;
- Planeamento das atuações de entidades públicas, de carácter supramunicipal.

Na mesma Lei, encontra-se definido o Conselho Estratégico para o Desenvolvimento Intermunicipal, enquanto órgão de natureza consultiva, que apoia o processo de decisão dos restantes órgãos da Comunidade Intermunicipal.

No Acordo de Parceria entre Portugal e a Comissão Europeia, ficou estabelecida a relevância da dimensão territorial da Política de Coesão da UE e o modelo de governação das Abordagens Integradas de Desenvolvimento Territorial.

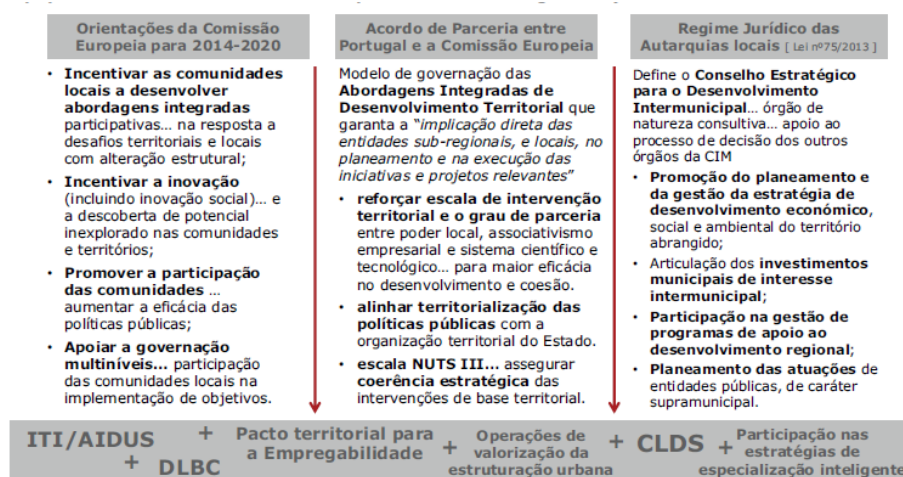


Figura 36 NUTS III: Papel das comunidades locais Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:100)

No Acordo de Parceria está patente um conjunto alargado de intervenções por parte das CIM, relacionados com:

- Investimentos Territoriais Integrados – Pactos para o Desenvolvimento e Coesão Territorial;
- ITI complementados por operações de valorização da estrutura urbana e de promoção da atratividade e da competitividade das cidades;
- Desenvolvimento Local de Base Comunitária;
- Pactos Territoriais para a Empregabilidade;
- Contratos Locais de Desenvolvimento Social;



- Quadro Estratégico Sub-regional no âmbito dos mecanismos de governação associados a estratégias de especialização inteligente regionais.

Ainda que várias propostas tenham sido apresentadas e aprovadas para a gestão e governação dos territórios NUTS III, a estrutura de governação do território do Médio Tejo para o período correspondente entre 2014-2020 é constituída por um Conselho Estratégico para o Desenvolvimento Intermunicipal (órgão de carácter consultivo e uma Comissão de Acompanhamento (órgão de natureza operacional).

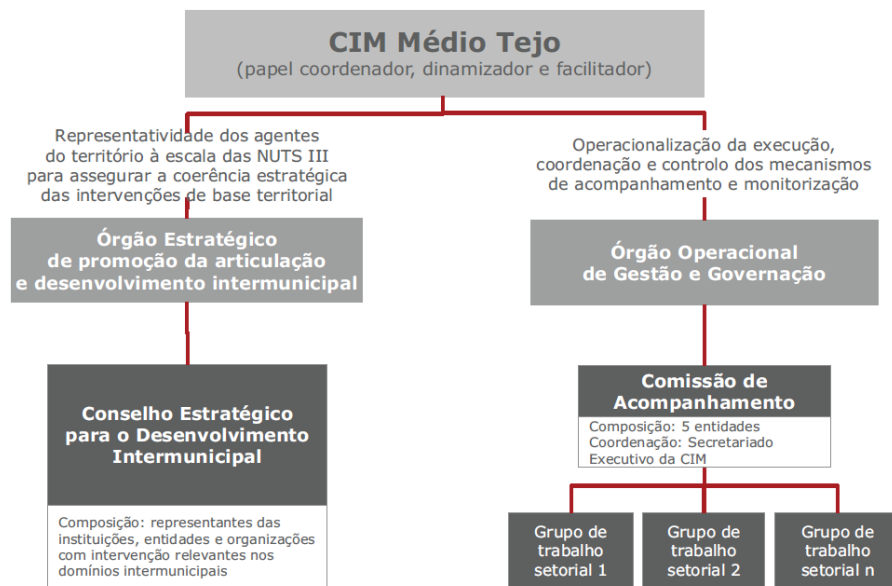


Figura 37 Modelo de Governação territorial Médio Tejo Fonte: Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento 2014-2020 (2014:102)

## 2.8. Vila Nova da Barquinha

No que respeita a Vila Nova da Barquinha são escassos os documentos públicos para consulta, em matéria de Estratégia 2020. O concelho elaborou um documento de trabalho, onde apresenta os projetos e as áreas de intervenção mais significativos no Município, fazendo contudo a ressalva que os mesmos reportam ao período anterior à saída dos regulamentos de União Europeia.

Assim sendo, a tabela que se segue, resume os principais objetivos a alcançar pelo concelho de Vila Nova da Barquinha:

Criação de redes de Desenvolvimento Económico e de promoção do emprego
Criação de rede de parceiros
Plataforma de emprego municipal
Visitas de alunos das escolas a empresas/estágios
Sessões de empreendedorismo junto das crianças no âmbito escolar
Empreendedorismo Local
Gabinete de apoio ao desenvolvimento e empreendedorismo local (GADEL)
CDN – gestão e promoção do parque empresarial de V. N. da Barquinha
Espaço físico dedicado ao empreendedorismo e investimento concelhio
Atendimento personalizado
Desenvolvimento do projeto “Viveiro de Empresas”
Desenvolvimento do projeto para <i>start up's</i>
Acompanhamento da possibilidade de financiamento para a criação/requalificação de espaços físicos
Acompanhamento do tecido económico concelhio e de promoção do empreendedorismo
Contacto direto com os empresários
Visitas ao tecido empresarial
Desenvolvimento de projetos comuns entre empresas, investidores e escolas
Via verde ao investimento
Divulgação de apoios nacionais e comunitários
Ações de promoção e divulgação
Suportes audiovisuais
Divulgação de atividades económicas das empresas do concelho no portal do município

Tabela 18 Objetivos traçados pelo Município de V. N. da Barquinha Fonte: Elaboração Própria

A par destes objetivos, a autarquia pretende ainda interceder em outras áreas de intervenção, com o objetivo de afirmar não só a sustentabilidade do território e dos seus recursos, como também o potencial humano ou o reforço da rede urbana e de infraestruturas. Para o efeito, são enunciados os projetos que integram o Plano Estratégico Barquinha 2020:

<b>Criar infraestruturas</b>	<b>Projeto: Reativação da base aérea n.º 3 para aeroporto civil e de transporte de mercadorias</b>
<p>Descrição: Reativação da base aérea situada em Tancos (Praia do Ribatejo), por forma a poder ser utilizada na dinamização do tecido económico da região, sendo usada para transporte de mercadorias e atividade turística através do transporte de civis. Alguns dos fundamentos que justificam este projeto prendem-se com a localização central em termos geográficos, uma significativa rede de rodovias (autoestradas e itinerários principais), proximidade com o nó ferroviário do Entroncamento e a relativa proximidade com Fátima, entre outros.</p>	
<b>Afirmar a sustentabilidade dos recursos</b>	<b>Projeto: Eficiência energética em Edifícios Públicos</b>
<p>Descrição: Investir em soluções que potenciam a eficiência energética e o uso de energias renováveis, permite que as autarquias otimizem os recursos e diminuam os gastos consideráveis em energia, contribuindo de igual modo para a diminuição de gases de efeito de estufa. Essa eficiência seria não só aplicada na iluminação pública, como também em equipamentos de Educação.</p>	
<b>Reforçar a rede urbana</b>	<b>Projeto: Criação de rede de ciclovias (Ciclovias Barquinha/Entroncamento e ciclovias Barquinha/Constância)</b>
<p>Descrição: Pretende-se com este projeto o uso de transportes alternativos não poluentes, aliado à prática desportiva e ao aumento da atratividade do território numa vertente turística, potenciando a nível ambiental a margem do rio Tejo. Somando a este projeto o projeto dos Percursos Ribeirinhos, conseguir-se-á a ligação de quatro municípios (Constância, Vila Nova da Barquinha, Golegã e Entroncamento) promovendo a atratividade turística e a vertente ambiental. De igual modo, este projeto contribui para a mobilidade urbana sustentável e pela continuidade territorial para a utilização de equipamentos culturais, históricos, desportivos e de lazer</p>	
<b>Projeto: Adesão ao projeto “Transporte a Pedido” (Praia do Ribatejo)</b>	
<p>Descrição: Visa a integração do território da freguesia da Praia do Ribatejo, por forma a criar um serviço de transporte entre a mesma e a sede do concelho, com o intuito</p>	

de combater a oferta deficitária, ajudando assim uma população rural, dispersa e envelhecida.	
<b>Projeto: Estrada da Roda – last mile</b>	
Descrição: Com a requalificação desta infraestrutura rodoviária, verifica-se a ligação entre a Freguesia de Tancos, a Nacional 3 e a Autoestrada 23, permitindo não só o encurtamento de distâncias, como também a entrada no concelho em direção a um dos monumentos nacionais mais importantes, o Castelo de Almourol. Trata-se de uma via fulcral de acesso à base aérea n.º 3, dada a possibilidade da sua reutilização, que de momento se encontra praticamente intransitável.	
<b>Afirmar a sustentabilidade dos territórios</b>	<b>Projeto: Percursos Ribeirinhos (Barquinha-Tancos-Castelo de Almourol, Castelo de Almourol-Constância e Barquinha-Golegã/Entroncamento)</b>
Descrição: Criação de percursos ribeirinhos ao longo na margem do rio Tejo. Este projeto encontra-se ligado ao projeto das ciclovias e pretende valorizar os recursos endógenos, a sua promoção com fins ambientais e turísticos, assim como a ligação dos municípios. Planeado para ser executado em três fases distintas, permite uma maior sinergia na área turística e interligação de rotas existentes, sendo o rio Tejo o elemento comum e de ligação entres os distintos concelhos.	
<b>Projeto: Parque de Escultura Contemporânea Almourol e Museu Escultura Contemporânea Almourol</b>	
Descrição: o projeto já existente, em parceria com a fundação EDP, impulsionou a regeneração da vila e criou uma nova dinâmica artística e cultural. Com o projeto “Mercado das Artes”, foram criadas novas infraestruturas, nomeadamente o posto de turismo, a galeria de Arte, o alojamento temporário para criadores e o Centro de Estudos de Arte Contemporânea (CEAC). Importa portanto continuar a desenvolver os investimentos na área artística e cultural, dinamizando os equipamentos já criados e promovendo o aumento do acervo existente, tentando criar condições para a constituição do Museu de Escultura Contemporânea Almourol	
<b>Projeto: Reabilitação do Largo de Santo António</b>	

<p>Descrição: situado no centro histórico da vila, na zona contígua ao Parque e na proximidade da galeria do Parque, pretende-se a reabilitação do espaço envolvente, por forma a enquadrar paisagisticamente o mesmo, permitindo a continuidade do projeto de regeneração urbana da vila. De igual modo, pretendia-se a transformação da antiga Escola Primária da vila em duas salas de exposição, projeto atualmente concluído.</p>
<p><b>Projeto: Valorização do Castelo de Almourol (Propriedade da Administração Central)</b></p>
<p>Descrição: recentemente intervencionado ao nível da consolidação do pano das muralhas e da torre do Castelo, da musealização e de arranjos paisagísticos, pretende-se com este projeto a visita em segurança e a disponibilização de conteúdos multimédia para uma melhor interpretação da História e do Castelo. Com o intuito de rentabilizar o investimento, propõe-se a realização de eventos culturais e recriações históricas no Castelo e envolvente, gerando assim mais-valias ao nível territorial. Desta intervenção resulta também a necessidade de operar a nível dos cais de embarque que fazem a ligação à ilha, em guardas de proteção, recriação de estrados de madeira e iluminação.</p>
<p><b>Projeto: Requalificação da Igreja Matriz de Tancos (propriedade da Igreja Católica)</b></p>
<p>Descrição: Sendo o património religioso um dos atrativos da região, a Igreja Matriz de Tancos dedicada a Nossa Senhora da Conceição, precisa de obras de requalificação por forma a preservar o seu acervo e a própria arquitetura.</p>
<p><b>Projeto: Restauro do Convento de Nossa Senhora do Loreto (propriedade do Ministério da Defesa)</b></p>
<p>Descrição: Situado na margem direita do rio Tejo, em frente ao Castelo de Almourol, o Convento foi fundado por D. Álvaro Coutinho para os religiosos da província de Santo António, os Capuchos. Em avançado estado de degradação, necessita de uma rápida intervenção por forma a recuperar o que ainda resta deste Convento, preservando assim um monumento histórico e de religiosidade da região.</p>

<b>Projeto: Sistema de drenagem de águas residuais domésticas das Madeiras</b>	
Descrição: Dotar as povoações de Laranjeira, Fonte Santa, Portela das Laranjeiras, Casal do Jacinto, Casal dos Pintainhos, Madeiras e Vale dos Poços, com um sistema de drenagem de águas residuais domésticas. Este projeto não só favorece as populações, melhorando significativamente a sua qualidade de vida, como também favorece as linhas de água da zona e as águas do subsolo	
<b>Projeto: Saneamento básico das Limeiras</b>	
Descrição: Necessidade de melhorar as condições de drenagem e tratamento de águas residuais domésticas da freguesia da Praia do Ribatejo, com a construção de um sistema de drenagem e uma ETAR compacta.	
<b>Reforçar a capacitação institucional</b>	<b>Projeto: Modernização dos serviços – Aquisição de meios informáticos e eletrónicos</b>
Descrição: Aquisição de meios informáticos e eletrónicos que contribuam para a redução de custos de contexto e que promovam através da simplificação e qualificação das respostas dadas, com base na eficiência dos serviços, rentabilizando as plataformas existentes. Estes meios possibilitam uma organização de base multinível e desconcentrada, convergindo com os objetivos vertidos na estratégia para a Região Centro.	
<b>Fortalecer a coesão social e territorial</b>	<b>Projeto: Dotação de recursos materiais para a Loja Social de Vila Nova da Barquinha</b>
Descrição: Devido ao aumento de famílias desfavorecidas, quer por situação de desemprego, quer por questões de saúde, aliadas à falta de oportunidades e de capacidade de resposta imediata dos serviços centrais, as autarquias desenvolvem agora mais competências na área social. É intenção destas, tentar responder a casos de emergência social existentes nos seus concelhos e minorarem os efeitos sociais devastadores que a crise financeira e económica trouxeram ao País. Assim, este projeto visa a aquisição de recursos materiais para a Loja Social, existente na freguesia da Barquinha, com o intuito de desenvolver o trabalho de promoção da inclusão social e de combate à pobreza. Estes recursos permitem promover a igualdade de	

oportunidades na comunidade local, através do apoio à regeneração física, económica e social dos mais desfavorecidos.	
<b>Projeto: Lar e Centro de Dia das Madeiras</b>	
Descrição: Dotação do espaço atual das condições necessárias, meios técnicos e infraestruturas adequadas ao pleno funcionamento de um Centro de Dia com capacidade para 10 utentes e Lar com capacidade para 14 idosos, além de nove pessoas em apoio domiciliário	
<b>Projeto: Realojamento de minorias étnicas (famílias referenciadas)</b>	
Descrição: Promover a inclusão social e combater a pobreza de famílias de etnia cigana residentes na freguesia da Praia do Ribatejo, procedendo ao seu realojamento em habitações sociais ou pré-fabricadas, promovendo a sua integração social através de programas de acompanhamento.	
<b>Competitividade e internacionalização da economia regional</b>	<b>Projeto: Criação de Viveiro de Empresas em Vila Nova da Barquinha</b>
<p>Descrição: Criação de espaços de promoção do empreendedorismo e de dinamização da economia rural e do primeiro viveiro de empresas, aproveitando o espaço físico da antiga Escola Básica Integrada da Praia do Ribatejo, recorrendo à requalificação do edifício e da zona exterior envolvente. Nesta primeira fase, a aposta recai sobre o desenvolvimento de empresas dedicadas à agricultura e agroindústria.</p> <p>Posteriormente, numa segunda fase, pretende-se a criação de um segundo viveiro de empresas, recorrendo à requalificação de um edifício no centro histórico da vila. Esta iniciativa fomenta o empreendedorismo e a criação de emprego, aliado aos serviços existentes na envolvente, tais como: Loja do Cidadão, CTT, Finanças e serviços camarários. De salientar a existência de parque de estacionamento e de equipamentos culturais com relevância regional.</p>	
<b>Desenvolver o potencial humano</b>	<b>Projeto: Adaptação/Remodelação da Escola EB1 de Vila Nova da Barquinha a JI</b>
Descrição: remodelação da Escola Básica n.º 1 por forma a adequar a antiga escola a Jardim de Infância. Este projeto surge no âmbito do Programa Nacional de	

Requalificação da Rede Escolar do 1º Ciclo do Ensino Básico e da Educação Pré-Escolar, com vista ao reordenamento da rede escolar.
<b>Projeto: Monitorização do impacto do Projeto Centro Integrado de Educação em Ciências (CIEC) da Escola CCV: estudo do ensino básico ao secundário</b>
Descrição: Fruto de uma parceria efetuada entre o município e a Universidade de Aveiro, mais concretamente o Centro de Investigação “Didática e Tecnologia na Formação de Formadores”, nasce o projeto de uma escola do 1º CEB. O objetivo do CIEC é contribuir para a promoção do desenvolvimento da literacia científica dos visitantes ao mesmo tempo que se criou um espaço de educação não formal num espaço de educação formal. Em consequência deste projeto, é fundamental desenvolver um projeto de monitorização que permita avaliar longitudinalmente o impacto do projeto ao nível dos alunos, professores e visitantes

Tabela 19 Projetos previstos para o Município Fonte: Elaboração própria

Estes projetos (já executados ou em vias de execução), enquadram-se nas diretrizes e metas propostas pela União Europeia, na medida em que visam um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. São medidas que de igual modo, contribuem para a valorização e qualificação do território, uma vez que promovem o melhoramento da rede urbana e a criação de infraestruturas, tornando o território sustentável e coeso.

As iniciativas previstas para o município, estão também enquadradas com as políticas expressas pelo documento as Grandes Opções do Plano para 2017, nomeadamente nos projetos relacionados com a valorização do território ou com a qualificação dos recursos humanos. Estão também enquadrados os projetos relacionados com a inclusão social e o combate à pobreza, assim como a promoção da inovação quer pela aposta no empreendedorismo, quer pela modernização dos serviços públicos.

## 2.9. Considerações finais

Em síntese, começamos por enunciar o novo documento da ONU, que contempla os 17 objetivos propostos na Agenda 2030 em matéria de Desenvolvimento sustentável.

Seguidamente foi analisada de forma sucinta o novo documento lançado para discussão pública pelo Turismo de Portugal “Estratégia Turismo 2027”, salientando os objetivos propostos, os pressupostos e os eixos de intervenção.



Fruto de uma análise mais aprofundada, verificamos portanto que os documentos exalados pela União Europeia são a base de construção de todos os Planos elaborados nas distintas faixas hierárquicas. Embora em cada “etapa” se tenha verificado um ajuste ou um enquadramento com a realidade de cada um, as conjecturas apresentadas por cada entidade, refletem acima de tudo as diretrizes e orientações fornecidas pela Comissão Europeia. É comum a cada um dos níveis a convergência para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. São enunciados em todos os níveis preocupações a nível ambiental quer em questões relacionadas com as energias renováveis ou com as emissões de dióxido de carbono.

Outra matéria tida em consideração prende-se com o combate à pobreza e a inclusão social, não esquecendo questões relacionadas com a saúde e bem-estar, a educação ou o desemprego. Ao nível da educação, verifica-se não só o combate ao insucesso escolar, como também o abandono do ensino, não menosprezando a requalificação física das infraestruturas de ensino.

Assim, podemos concluir que Portugal e as entidades aqui referidas estão em sintonia com os objetivos, pressupostos e o modelo de governação pretendido e exarado pela União Europeia nos seus diversos comunicados e documentos produzidos. Mais especificamente, analisando o município de Vila Nova da Barquinha enquanto objeto de estudo, verificamos que as políticas estabelecidas e os projetos preconizados não só se emolduram nas políticas e medidas europeias, como também cumprem com as intenções das políticas nacionais, expressas no Grandes Opções do Plano 2017.



## **Capítulo 3 – Análise e Caracterização do Objeto de Estudo: Vila Nova da Barquinha**

### **3.1. Introdução**

Este capítulo foca o objeto de estudo: Vila Nova da Barquinha. A estrutura sequencial adotada tem por base a estrutura apresentada no *site* oficial da Câmara Municipal local.

Inicialmente, neste capítulo é apresentada a história e localização geográfica do município, assim como as geminações a ele afetas. Uma breve descrição dos recursos naturais existentes (fauna e flora) ajudam-nos a perceber melhor o território atendendo à sua Bio e Geo diversidade. Seguidamente apresenta-se uma tabela cronológica com os eventos e festividades anuais mais significativos do concelho.

Posteriormente, o ponto 5 apresenta e descreve resumidamente o Património Histórico, de cariz religioso e cultural. Neste são apresentados os monumentos mais icónicos do concelho, que merecem destaque para quem visita o local, nomeadamente o Castelo de Almourol, o Parque de Esculturas ou a Igreja Matriz da Atalaia.

Finalmente o ponto 6 diz respeito à Gastronomia, Alojamento e Aventura, que o município tem para oferecer a quem o visita.

No eixo estratégico que fomos delineando, tentamos demonstrar que os recursos endógenos do concelho aliados a uma programação turístico-cultural adequada poderão contribuir, a par da criação cultural e artística contemporânea para aumentar a atratividade da marca Vila Nova da Barquinha.

### **3.2. Vila Nova da Barquinha – Localização e História**

Integrado na província do Ribatejo, o concelho de Vila Nova da Barquinha pertence ao distrito de Santarém. O concelho tem uma superfície de cerca de 49Km<sup>2</sup> e é limitado a sul e a nascente por dois cursos de água: o rio Tejo e o rio Zêzere.

De fácil acesso por se situar no cruzamento entre a A23 e a A13, Vila Nova da Barquinha encontra-se assim bem localizada geograficamente e favorecida por importantes rodovias e ferrovias, pela proximidade com o concelho vizinho do Entroncamento,

facilitando assim a ligação da mesma com todo o litoral português e até mesmo com os nossos vizinhos espanhóis. Aliás, como é referido no “ALBÚM DE PRATA DO PODER LOCAL DEMOCÁRTICO, (2001:293), uma obra da Associação Nacional de Municípios Portugueses, “*Todas as potencialidades do concelho vieram a ser valorizadas pela abertura de importantes rodovias que cruzam o Município e dinamizam a sua acessibilidade*”.

Conforme consta no DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO DAS FREGUESIAS 2º VOL., (1997:532) o concelho está confinado com os municípios de Tomar a Norte, Chamusca e Golegã a Sul, Torres Novas e Entroncamento a Oeste e Constância a Leste. Composta em tempos por cinco freguesias: Atalaia, Moita do Norte, Praia do Ribatejo, Tancos e Vila Nova da Barquinha, após reorganização administrativa territorial autárquica, ficou reduzida a quatro, uma vez que as freguesias da Moita do Norte e de Vila Nova da Barquinha se agregaram. Na tabela que se segue, constam as freguesias que integram o concelho, assim como uma listagem do património mais significativo de cada uma delas.

Atalaia	Moita do Norte	Praia do Ribatejo	Tancos	Vila Nova da Barquinha
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Património cultural e edificado:</b> Igreja Matriz, Capela do Senhor Jesus da Ajuda, Quinta da Ponte da Pedra</li> <li>• <b>Outros locais:</b> Miradouro da Capela do Senhor Jesus da Ajuda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Património cultural e edificado:</b> Igreja Matriz</li> <li>• <b>Outros locais:</b> Miradouro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Património cultural e edificado:</b> Castelo de Almourol, Igreja Matriz e de Nossa Senhora do Loreto, Ponte Ferroviária, Capela de S. João Baptista, Capela de Nossa Senhora de Fátima</li> <li>• <b>Outros locais:</b> Vistas Panorâmicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Património cultural e edificado:</b> Igreja Matriz, Edifício do Centro Cultural, Capela de Nossa Senhora da Piedade, Casa da Viscondesa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Património cultural e edificado:</b> Igreja Matriz, Monumento aos Mortos da Grande Guerra, Chafariz Centenário, Praça de Touros</li> <li>• <b>Outros locais:</b> Margens do Rio Tejo, Quinta do Lagarito</li> </ul>

Figura 38 Freguesias do Concelho Fonte: Dicionário Enciclopédico das Freguesias 2º Vol. (1997:532)

Atualmente a sua população ronda os 7.322 habitantes. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, CENSOS 2011) A maioria desses habitantes, quando não encontram

trabalho no concelho, uma vez que a atividade económica da Barquinha é ainda reduzida, são forçados a procurar fora dos limites do mesmo. Contudo, a indústria é bastante diversificada, abarcando ramos tão distintos como a transformação de mármore, serração de madeiras, panificação e pirotecnia. (DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO DAS FREGUESIAS 2º VOL.,1997:532)

No que respeita às Artes e Ofícios, existem no Município alguns polos artesanais, nomeadamente olaria na freguesia da Atalaia, cestaria em Vila Nova da Barquinha, artefactos relacionados com a pesca fluvial na freguesia de Tancos e bonecos de pano e cana na Praia do Ribatejo. “NAVEGANDO NO TEJO” da Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo, (1995:146)

Tendo por padroeiro o Santo António, tradicionalmente adorado por pescadores, não se conhece nenhuma outra tradição religiosa diretamente relacionada com o rio. “NAVEGANDO NO TEJO” da Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo. (1995:40)

Ainda na mesma obra, salienta-se a importância do Rio Tejo e dos Portos do Concelho “O Tejo influenciou decisivamente as povoações ribeirinhas que constituem o concelho de Vila Nova da Barquinha. Primeiro pelo traçado que ocorre paralelo ao Rio, tendo normalmente uma via que acompanha o seu curso sendo estruturadas a partir daí as outras ruas. (NAVEGANDO NO TEJO, 1995:54)



Figura 39 Mapa das Freguesias de V. N. Barquinha Fonte: <http://geneall.net/pt/mapa/234/vila-nova-da-barquinha/>

Vestígios arqueológicos remetem a ocupação do concelho para épocas ancestrais. Em Aldeinha, (rua próxima da Moita do Norte), na estação arqueológica foram encontrados vestígios do período Paleolítico. Por outro lado, em Tancos e na freguesia da Atalaia (Quinta

do Serrado), os vestígios referem-se ao período do Neolítico (DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO DAS FREGUESIAS, 2º VOLUME, 1997:532). Por fim, a ocupação romana e árabe é delimitada no concelho, concentrando-se sobretudo no Castelo de Almourol.

Durante o processo da reconquista cristã, as povoações deste município ganharam elevada projeção, uma vez que simultaneamente com a expansão do território para Sul, os reis da 1ª dinastia se preocupavam em manter a posse das terras. Neste contexto, ao longo do curso do Tejo surgiram baluartes defensivos com o intuito de impedir a ocupação muçulmana, como o Castelo de Almourol, ou os já desaparecidos castelos de Paio e Pelle (atual Praia do Ribatejo), de Ozêzere e da Cardiga, tal como é referido na obra “NAVEGANDO NO TEJO” da Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo. (1995:17)

Gualdim Pais, mestre da Ordem dos Templários, concede foral a Tancos em 1171. Como a importância militar decresce na época medieval, o Tejo assume um papel fundamental a nível económico. Os rios, em especial o Tejo, foram o principal polo de atração para a fixação das populações, uma vez que obtinham destes os meios de subsistência. A sua navegabilidade permitia um grande tráfego fluvial. Este constituía o principal eixo de ligação comercial com Lisboa.

Por volta de 1517, Tancos é elevada a vila e é-lhe concedido foral por D. Manuel I, ficando assim esta separada juridicamente da Atalaia. Quer o porto de Tancos, quer o porto da Barquinha, assumem um papel importante entre o Séc. XVI e XVIII. A sede do concelho localiza-se num aglomerado chamado Barca, pertencente ao concelho da Atalaia, havendo inclusive indícios que existiram dois portos a par: Porto da Boca e Porto do Barco. Este aglomerado desenvolveu-se e transforma-se num importante entreposto comercial. Por aqui circulam madeiras, sal, azeite, palha e neve. “NAVEGANDO NO TEJO” da Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo (1995:56). Esta última provinha das Serras da Lousã e destinava-se às cortes e à nobreza de Lisboa. Era recolhida e armazenada em poços profundos e posteriormente transportada em carros de bois, protegida com fenos e palha, até ao porto da Barquinha, seguindo por via marítima para Lisboa.

A população residente viveu essencialmente da pesca, da agricultura e do comércio fluvial, até à chegada do caminho-de-ferro, que contribuiu em grande escala para o declínio

da importância do Tejo, enquanto via de comunicação. (“NAVEGANDO NO TEJO”, 1995:17). De referir ainda que, segundo alguns relatos e documentos da época, por votação dos 40 maiores proprietários da região, a Barquinha prescindiu desses caminhos-de-ferro.

No ano de 1836, a 6 de Novembro, a Barquinha (assim designada desde 1771) é elevada a concelho e passa a integrar Tancos, adquirindo os seus privilégios e a separar-se da Atalaia. Contudo, só três anos mais tarde, em 26 de Junho de 1939, D. Maria II eleva-a a vila e esta passa então a designar-se Vila Nova da Barquinha, sendo-lhe também concedido o primeiro brasão de armas. (“NAVEGANDO NO TEJO”, 1995:56).



Figura 40 Brasão de Vila Nova da Barquinha Fonte: <http://www.cm-vnbarquinha.pt/index.php/pt/municipio/heraldica>

O então novo concelho viria a ser suprimido em 21 de Novembro de 1895, sendo anexado ao concelho da Golegã, tendo sido de novo restaurado em 13 de Janeiro de 1898.

Segundo nos relata ROLDÃO, ANTÓNIO LUÍS em “Barquinha Crónicas Históricas”, (2014:113) existiu em 1527, o que se poderia chamar de primeira tentativa de recenseamento “*O numeramento de 1527, ordenado por D. João III, constitui, entre nós, a primeira tentativa séria e de objetivos perfeitamente definidos como recenseamento oficial, tendente a reconhecer com a possível exatidão o montante populacional e bem assim os lugares de habitação em casa de uma das partes do reino.*”

Todavia, dada a inexatidão dos dados muito por culpa dos despovoamentos constantes da região e de um conjunto de outras circunstâncias associadas, não é de todo possível contabilizar o número de “vizinhos” existentes na altura, sendo que “Por vizinhos entendia-se, então, o agregado familiar na sua composição, vulgarmente multiplicado por 3, 5 – 4 indivíduos para alcance demográfico.” (ROLDÃO, 2014:117)

Ainda que a origem do nome Barquinha esteja associado à existência de um ponto de passagem situado na então Barca, que fazia a ligação à outra margem do Tejo, é de salientar que o topónimo é referido pela primeira vez, no registo de quatro casamentos em 1594.

### 3.3. Geminações

Num mundo cada vez mais global, importa mais do que a localização geográfica, a interação entre os povos e as suas culturas. Numa UE que se quer inclusiva, faz cada vez mais sentido uma maior integração e interação internacional. Neste sentido as geminações assumem um papel fulcral na aproximação dos povos. Mas o que são as geminações?

XAVIER, B. O. (2000:9) diz-nos a respeito das geminações que “*Na sua conceção original, o conceito de geminação (jumelage) significa concretamente a junção de duas vilas ou cidades de países diferentes, destinada a suscitar trocas culturais.*”

É neste sentido, que as geminações assumem um papel dinamizador nas trocas culturais, através da realização de parcerias estratégicas que proporcionam o desenvolvimento local e impulsionam o Turismo.

Verificamos contudo, que os municípios só muito recentemente adotaram estas parcerias, segundo afirma XAVIER, B. O. (2000:11) “*A experiência de participação em redes e outros contactos intermunicipais é ainda recente para os municípios portugueses, comparativamente com que sucede em outros países com uma história de poder local mais longa. Por outro lado, os condicionalismos histórico-sociais e económicos que acompanham a afirmação dos municípios portugueses levam também a que as relações com as autoridades locais de outros países sejam remetidas para segundo plano de atuação, face à necessidade de resolução imediata dos problemas quotidianos das populações.*”



À semelhança de outras vilas e cidades nacionais, Vila Nova da Barquinha é geminada com algumas cidades dentro e fora da Europa.

No âmbito das diretrizes da UE e do programa “Europa para os cidadãos”, preconizado pelo projeto “Ser Europeu” (financiado pela União Europeia), aplicável pela medida 2.1 “Geminção de Cidades”, decorreram alguns encontros em 2014 com as geminações com o intuito de promover o debate sobre o futuro da Europa.

Foram ainda realizados cinco eventos, no âmbito da Medida 2.2 «Redes de Cidades» e Medida 2.3 «Projetos da Sociedade Civil» e da Vertente 1 – «Memória Europeia, com a finalidade divulgar a história europeia e promover o intercambio cultural».

### **3.3.1. Rio Maior - Portugal**

Em 6 de Novembro de 1996, ocorreu a geminação com a cidade portuguesa de Rio Maior. Ambas pertencentes ao distrito de Santarém foram elevadas a concelho a 6 de Novembro de 1836, através de alvará concedido por D. Maria II. Aquando da assinatura da geminação, procedeu-se à recriação do momento histórico da visita de D. Maria II ao distrito, passando primeiramente pela Barquinha, tendo seguido para Rio Maior.

### **3.3.2. Dissay – França**

A geminação com a vila francesa ocorreu em Junho de 2000. Desde essa data, tem decorrido um intercâmbio cultural, em que algumas associações da Barquinha se deslocam à vila francesa, com o intuito de promover um maior intercâmbio cultural.

### **3.3.3.       Madonne – Itália**

O processo de geminação com a vila italiana de Madonna teve início em Agosto de 2007. Contudo, somente em junho de 2008 se oficializou a geminação, no decorrer das Festas do Concelho de V. N. da Barquinha. Uma vez que Madonna já era geminada com Dissay, fechou-se assim o triângulo de amizade entre portugueses, franceses e italianos. Desta última geminação, resulta de igual modo o intercâmbio em áreas distintas como: cultura, economia, ambiente, educação, desporto, turismo, entre outras.

### **3.3.4.       Santa Catarina do Fogo – Cabo Verde**

O acordo de geminação entre a Barquinha e a Vila Cabo Verdiana foi também oficializado durante as Festas do Concelho em Junho de 2008, embora o processo tivesse sido iniciado em Março de 2007.

Para além de todas as atividades de intercâmbio cultural realizadas entre os municípios, realizaram-se também várias ações de solidariedade para auxiliar a comunidade de Santa Catarina.

As geminações tornam-se desta forma um potencial “veículo” de disseminação cultural. Através das parcerias desenvolvidas fomenta-se o intercâmbio cultural, mas também o enquadramento de princípios globais de cooperação e o apoio ao desenvolvimento urbano. Podemos desta forma servir-nos das geminações *“como relação de aproximação e de contacto privilegiada para ações conjuntas de natureza mais pragmática no sentido de “parceria estratégica” de desenvolvimento face ao processo de globalização em curso.”* (XAVIER, 2000:10)

As ações dinamizadoras preconizadas pelos encontros entre os povos “geminados” fomentam a permuta da cultura ao mesmo tempo que contribuem para dinamizar o setor do Turismo e todas as atividades a ele associadas, direta ou indiretamente, enquadradas numa União Europeia inclusiva e para todos.

### **3.4. Recursos Naturais: Fauna e Flora**

O concelho de Vila Nova da Barquinha situa-se na convergência de três importantes e distintas paisagens: o maciço calcário da Estremadura, a bacia terciária do Tejo (Ribatejo) e as montanhas de granito e xisto das Beiras. Tem igualmente uma grande rede hidrográfica, pela presença dos rios Tejo e Zêzere.

Estamos portanto na presença de uma região com uma vasta diversidade de fauna e flora, com paisagens muito características e com uma grande diversidade de recursos naturais, inserida na área Ripícola da Bacia Hidrográfica do Tejo.

Neste contexto, a floresta desempenha então um importante papel a nível ecológico, económico e social e apresenta distintas funções que vão desde a proteção dos solos e dos regimes hídricos, produção de lenha e outros derivados (e.g. cortiça, frutos secos, entre outros), desenvolvimento de atividades lúdicas e de lazer, assim como atividades de silvo pastorícia, apicultura, caça e pesca.

Em Vila Nova da Barquinha, a diversidade é significativa, tornando este município rico em Património Natural. Segundo o levantamento efetuado pelo Gabinete Técnico Florestal da Câmara local, os recursos naturais existentes, disponibilizados para consulta em suporte digital (PDF), abrangem um vasto leque de espécies, distribuídas por classes distintas como:

- Produtos Silvestres (cogumelos);
- Flora e Vegetação;
- Fauna e Avifauna;
- Mamofauna;
- Herpetofauna;
- Ictiofauna;
- Invertebrados.

Face à diversidade concentrada num território de tão pequena dimensão, seria expectável um maior aproveitamento dos recursos naturais existentes por forma a transformá-los em atrativos turísticos.

Embora o município e o setor privado (através de empresas de desporto e aventura) tenham já apostado na ativação de algum deste património natural, existe ainda um subaproveitamento de alguns dos recursos existentes, nomeadamente no que respeita à bacia hidrográfica do Tejo. Embora estejam previstos projetos de requalificação de toda a zona ribeirinha e envolvente das margens do Tejo, a demora na sua execução em nada contribui para o aproveitamento dos recursos existentes.

### 3.5. Eventos Anuais e Festividades

Sendo o concelho considerado de pequena dimensão e de relativa baixa densidade populacional, verificamos pela tabela que se segue que o calendário dos eventos e festividades anuais se prolonga pela quase totalidade do ano. Com maior ou menor relevância, verificamos que no decorrer do ano, se realizam eventos relacionados com temáticas variadas. Para além das comemorações oficiais e dos feriados nacionais, as festividades são essencialmente de cariz gastronómico, verificando-se ainda a existência de algumas festividades de índole religiosa.

Março - Mês do Sável e da Lampreia (aos fins de semana nos restaurantes aderentes)

Abril - Comemorações do 25 de Abril (atividades desportivas e culturais)

Maio - Feira d'Época (venda de produtos locais e artesanais)

Junho - Festas do Concelho / Feira do Tejo (música, desporto, tasquinhas, exposições)  
13 de Junho - feriado municipal - procissão de Santo António - Patrono do Concelho

Agosto - Festa do Rio e das Aldeias (Tancos e Arripiado), (festa brava, cerimónias religiosas, música)

Novembro - Feira d'Época (realizada no Centro Cultural)

Dezembro - À Mesa com Azeite (mostra gastronómica nos restaurantes aderentes)

Tabela 20 Calendário das Festividades de V. N. da Barquinha Fonte: Elaboração Própria, Adaptado do site do Município

### **3.6. Património Histórico-Religioso e Espaços Culturais**

Segundo a Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural, (1972), englobam o património cultural os monumentos (obras arquitetónicas, de escultura ou pintura, entre outros), os conjuntos (grupos de construções isoladas ou reunidas) e os locais de interesse (obras do homem ou obras do homem em conjunto com a natureza).

No que respeita ao património natural, dele fazem parte os monumentos naturais, as formações geológicas e fisiográficas e os locais de interesse naturais ou zonas naturais delimitadas.

Considerando estas definições, verificamos que dada a pequena dimensão territorial do concelho, existe um número considerável de património natural e cultural. Seguidamente apresentamos o levantamento do património existente, mais relevante para o município.

#### **3.6.1. Castelo de Almourol**

Pousado numa pequena ilha granítica no meio do rio Tejo, com cerca de duzentos metros de comprimento e setenta de largo, o Castelo de Almourol ergue-se a uma altura de dezoito metros sobre o nível das águas (MAÇÃO, HELDER VITÓRIA, 1995:39). Segundo a descrição do autor, *“A rocha onde ele assenta vai sendo consumida pelo tempo e pelas águas em tempo de cheias. O granito vai enfraquecendo e quase que o castelo não vai tendo muito piso do lado norte.”* (MAÇÃO, 1995:40)

É um dos monumentos militares mais emblemáticos de época medieval e da Reconquista Cristã, integrado na chamada Linha do Tejo, na época da Reconquista.

Uma vez que as origens da ocupação deste castelo remontam a tempos muito antigos, estão envoltos em ambiguidade.

Segundo alguns autores, existe a possibilidade de aqui se ter instalado um primitivo reduto lusitano ou pré-romano, tendo-se verificado ocupação ao longo de toda a Alta Idade Média por estes últimos.

De qualquer das formas, em 1129, quando as tropas portuguesas conquistaram este ponto, o Castelo já existia sob a denominação de Almorolan.

Numa altura em que os Templários efetivavam o povoamento entre o Mondego e o Tejo e defendiam a capital, Coimbra, o Castelo foi-lhes entregue. Foi então reedificado e as características arquitetónicas e artísticas patentes, são as que ainda hoje prevalecem.

A data da conclusão da obra, 1171, é-nos dada através de uma epígrafe colocada sobre a porta principal, apenas dois anos depois de Gualdim Pais mandar edificar o Castelo de Tomar. São notórias as semelhanças entre as duas obras, nomeadamente a mesma linha de arquitetura militar templária, assim como em termos planimétricos, o recurso a uma disposição quadrangular dos espaços. De igual modo, as altas muralhas protegidas por nove torres circulares, adossadas e a torre de menagem.

Estas últimas características, refletem a inovação que os Templários aplicaram na sua arquitetura militar em Portugal. Inicialmente a torre de menagem do Castelo de Almourol tinha três pisos, tendo sido bastante modificada ao longo dos tempos. Restam alguns vestígios originais importantes, como a sapata, que nos dá a dimensão geral da estrutura. Uma outra característica aplicada na arquitetura pelos Templários, foram as muralhas com torreões adossados, normalmente providas de alambor, patentes no Castelo de Almourol.

Com a extinção da Ordem e com o fim da Reconquista, o Castelo caiu em declínio até à época do Romantismo. No séc. XIX, com a revalorização da Idade Média, o castelo foi reinventado à luz de um ideal romântico de medievalidade. Para o efeito, algumas estruturas iniciais foram sacrificadas para dar lugar a uma nova ideologia que pretendia fazer dos monumentos medievais mais relevantes, verdadeiras obras-primas. São disso exemplo o coroamento uniforme de merlões e ameias, assim como vários outros elementos que assumiram uma índole meramente decorativa e muito pouco prática.

Já em pleno séc. XX, o castelo foi adaptado a Residência Oficial da República Portuguesa e foi palco de alguns importantes eventos do Estado Novo. Esta intervenção dos anos 40 e 50 consumou o processo reinventivo iniciado no século anterior, consumando assim o fascínio que a cenografia de Almourol causou no longo Romantismo cultural e político português.

Tendo sido classificado como monumento nacional em 1910, no ano de 2007 foi um dos 21 finalistas da eleição das 7 Maravilhas de Portugal. Mais recentemente, em Novembro de 2013, foi eleito “Estrela do Médio Tejo”, na categoria de Património Histórico Edificado, numa iniciativa levada a cabo pela Associação Empresarial da Região de Santarém, com o intuito de distinguir as maravilhas da região.

Do espólio encontrado em escavações, destacam-se *“Sete moedas romanas, diferentes. Além destas alguns centos de moedas portuguesas da primeira, segunda e quarta dinastia, entre as quais medalhas de D. Sancho I, dinheiro do mesmo rei, de D. Afonso III, D. Dinis, D. Afonso IV e D. Pedro I, torneses, graves e pilartes de D. Fernando, reais IHNS e de V de D. João I, reais de soldos do mesmo reinado, reais pretos e ceitis de D. Duarte e de D. Afonso V, cinco reis de D. Sebastião, ceitis de D. Manuel e reais de D. João IV, além de outras moedas não classificadas, algumas delas de prata.*

*Também foram encontrados muitos objetos de cerâmica e metálicos, cuja época não é fácil determinar e que não oferecem interesse real, exceto uma bela espada de latão, magnificamente conservada e vinte e seis medalhões diversos”.* (MAÇÃO,1995:45)

Como acontece em muitos castelos de Portugal e do mundo, estão associadas ao Castelo de Almourol algumas lendas: a lenda de D. Beatriz e o Moiro; a lenda de Almorolon; a lenda de Assalto ao Castelo.

### **3.6.2. Parque de Escultura Contemporânea do**

#### **Almourol**

Pioneira no conceito, Vila Nova da Barquinha criou em parceria com a Fundação EDP, um Parque de Escultura Contemporânea e uma Galeria de Exposições. As obras dispostas por sete hectares do parque pertencem a um grupo de distintos escultores portugueses internacionalmente consagrados: Alberto Carneiro, Ângela Ferreira, José Pedro Croft, Pedro Cabrita Reis, Carlos Nogueira, Cristina Ataíde, Rui Chafres, Zulmiro de Carvalho, Fernanda Fragateiro, Xana e Joana Vasconcelos.

Este parque tornou-se assim um verdadeiro Museu ao ar-livre.

A par disto, já em 2007, o Barquinha Parque recebeu o prémio Nacional de Arquitetura Paisagística, na categoria de “espaços exteriores de uso público”, da autoria dos arquitetos paisagísticos Joana Sena Rego e Hipólito Bettencourt.

Existe ainda em funcionamento neste espaço uma loja de *merchandizing*, uma galeria de exposições, ateliers artísticos, uma biblioteca e alojamento temporário para criadores. O espaço é ainda dotado de equipamentos desportivos, espaços lúdicos para crianças e percursos ribeirinhos, tudo isto enquadrado numa envolvente beleza natural, com o Tejo como pano de fundo.

Em 2012, foi também nomeado para o prémio Autores, na categoria de Artes Visuais – Melhor Exposição de Artes Plásticas de 2012, da Sociedade Portuguesa de Autores.

### **3.6.3. Igreja Matriz da Atalaia**

Mandada edificar por volta de 1528 por D. Pedro de Meneses, Conde de Cantanhede, a Igreja Matriz da Atalaia é um dos mais belos edifícios da arquitetura Renascentista. Todavia os registos indicam já a existência de uma Igreja Matriz anterior à data.

No reinado de D. Pedro I (1357 a 1367), aquando da morte de D. Lourenço Rodrigues, bispo de Lisboa, no ano de 1364, o rei ordenou a inventariação da relação de bens da dita igreja.

Dedicada a Nossa Senhora da Assunção, foi edificada por João de Castilho. Os motivos decorativos do portal principal e do arco do cruzeiro são da autoria de João de Ruão. Trata-se de uma das primeiras obras do mestre normando em Portugal.

De realçar o portal com as figuras de S. Pedro e S. Paulo, enquadradas em arco de volta perfeita encimado por entablamento com motivos grotescos que ladeiam a pedra de armas de D. Pedro de Meneses.

Verifica-se ainda a existência de quatro medalhões esculpidos com bustos, sendo que dois ladeiam o arco e tem figuras de um jovem e um guerreiro e os outros dois estão inseridos na base das pilastras com as figuras de um homem e uma mulher.



Na capela batismal (do lado esquerdo da entrada) encontra-se a pia batismal de pedra, com taça circular assente numa base quadrada. A guardar os Santos Óleos, uma edícula (nicho para imagens) construída com pedra da região e de emoldurado simples que contém na base duas caras disformes de pedra. Sobre o lintel podemos observar um leque concheado com acrotérios grossos (pedestais das figuras, sobrepostas na frontaria) decorados com algum relevo. A fechar a edícula, uma grade de ferro, com três ordens sobrepostas de pequenos balaustres.

Decorada com azulejos policromados amarelos e azuis, trata-se de um grande exemplar da azulejaria portuguesa do séc. XVII.

Pode-se ainda observar nove painéis (10x9) na parte alta incluindo a cercadura de cadeia. No topo das paredes são visíveis cenas do Antigo Testamento, que vão sendo intercaladas por janelas. Estes painéis ilustram os primeiros versículos do livro do Génesis: a Santíssima Trindade (sobre o Arco Triunfal); a Criação do Homem; Adão e Eva no Paraíso; Eva colhendo as maçãs; Adão e Eva expulsos do Paraíso; Caim matando Abel; construção da Arca de Noé; Dilúvio; a Arca do monte Ararat.

Por outro lado, as naves laterais são decoradas com painéis onde figuram cenas do Novo Testamento: Nossa Senhora da Assunção; Batismo no Jordão; Santa Catarina e São Domingos; Alegoria Eucarística; Cena da Circuncisão; o Milagre da Mula; Nossa Senhora da Ascensão.

O púlpito existente é à base de pedra, oitavada, datado de 1674, assente numa mísula de taça e voluta e com balaústre fino feito de pau-santo.

Na nave lateral, do lado do Evangelho, jaz D. José Manuel, 2º Cardeal Patriarca de Lisboa, designado em 7 de Março de 1754. Foi o único que não foi sepultado no Panteão dos Cardeais, por incompatibilidades com o Marquês de Pombal, devido à perseguição deste aos Jesuítas.

Na Capela-mor é visível a abóbada de nervuras estreladas que acabam em mísulas relevadas. A fechar a abóbada, encontra-se uma pedra circular com cruz floral em relevo, sobre a qual assenta o escudo de armas dos Condes da Atalaia.

No Altar-mor a figura proeminente é a da Virgem com o Menino, que se crê ter sido esculpida no início do séc. XVI por Diogo Pires, o Velho.

Os fundos das paredes lisas nos altares foram outrora provavelmente pinturas. Existem ainda edículas de cantaria com finos coluneis exteriores, assentes em mísula e com motivos florais (do lado esquerdo) e cabeças humanas nos capitéis (do lado direito). As colunas são peculiarmente trabalhadas com figuração humana sobrepostas em três ordens, parecendo poder-se tratar de simbologia ateia ou não bíblica, tendo contudo um sentido hermético ou esotérico.

Crê-se que a Igreja Matriz da Atalaia seja uma obra experimental do mestre escultor João de Ruão. Nela foi empregue já alguma simetria e racionalidade no espaço edificado, não obstante serem ainda visíveis algumas “características” manuelinas.

Esta obra arquitetónica do séc. XVI, foi considerada Monumento Nacional em 1926. “IMAGENS DE VILA NOVA DA BARQUINHA” editado pelo Secretariado do VIII Encontro de Professores de História da Zona Centro

### **3.6.4. Centro de Interpretação de Arqueologia do Alto**

#### **Ribatejo – CIAAR**

Situado no Largo do Chafariz, em Vila Nova da Barquinha, este espaço tem a particularidade de ser único do género em Portugal.

Criado por uma parceria entre a Câmara local, várias ONG's (Organizações Não Governamentais) ligadas à Investigação e Património e o sector de Arqueologia e Pré-História do Instituto Politécnico de Tomar, foi constituído oficialmente em 2003.

Para além de uma componente municipal, importa salientar o associativismo juvenil do património, através da Associação Arqueojovem (fundadora do CIAAR), reconhecida pela Secretaria de Estado da Juventude e uma componente de investigação arqueológica.

Esta última protagonizada pelo IPT e materializada na própria Associação, articulados com mais dois centros, dos quais se destaca o CEIPHAR – Centro Europeu de Investigação de Pré-História do Alto Ribatejo.

Algumas das atividades que levaram à criação do centro, estão ligadas à inventariação, estudo, preservação e valorização do património arqueológico. Estas vertentes foram dinamizadas com o intuito de transferir conhecimento e utilização das tecnologias

aplicadas à arqueologia e áreas colaterais. Outras das atividades desenvolvidas remetem para a organização de seminários, conferências e ações de formação, bem como da colaboração em ações de estudos com outras entidades, nomeadamente de ensino. Desempenham ainda o exercício de outras funções sem fins lucrativos.

Durante os cerca de 10 anos de existência, o CIAAR destacou-se no plano da pesquisa, como sendo um polo de referência não só nacional, como também internacional, muito por causa dos trabalhos desenvolvidos na estação paleolítica na Ribeira da Atalaia (Barquinha). Em simultâneo, desenvolveu vários projetos de socialização do conhecimento, dos quais se destacam exposições, atividades com as escolas e a edição do jornal “Novo Almourol”.

Neste contexto, o CIAAR tem cumprido os objetivos de inventário (sítios arqueológicos da Barquinha), estudos e preservação. Numa vertente de valorização social e da socialização do conhecimento arqueológico, tem ainda realizado diversas exposições e mantém a par com o jornal, o serviço ArqueoNews.

Promove ainda a preservação e divulgação da arqueologia e do património histórico-ambiental, contribuindo para a formação de jovens nestes domínios, respeitando os princípios éticos e normas legais inerentes à atividade. Destacam-se os Campos de Trabalho Internacionais, cursos Intensivos de Arqueologia e demais trabalhos arqueológicos de campo.

O CIAAR é composto por várias áreas distintas: sala de exposições, reserva de materiais arqueológicos, sala de tratamento de materiais, biblioteca especializada, laboratórios de arqueociência, sala de aulas, gabinetes de trabalhos e ainda a redação do jornal “Novo Almourol”.

Na área da investigação importa mencionar o Laboratório de Arqueociências, como já referido anteriormente, a Unidade de Arqueobotânica, a Unidade de Geoarqueologia e Arqueometria e a Análise Funcional de Artefactos Líticos.

Em articulação com as escolas da região, desenvolve ainda *ateliers* didáticos sobre Pré-História da zona, assim como várias outras atividades e programas. Colabora ainda com o Município na ocupação de tempos livres (OTL) de jovens residentes no concelho.

### **3.6.5. Centro Integrado de Educação em Ciência – CIEC**

Integrado na escola do 1º Ciclo do Ensino Básico de Vila Nova da Barquinha, a Escola Ciência Viva, o CIEC surge no contexto do Programa Nacional de Requalificação da Rede Escolar de Programa Educação 2015.

Numa parceria realizada entre a autarquia local e a Universidade de Aveiro, este projeto nasce com o propósito de possuir como base, orientações ligadas à investigação e à educação em Ciências. Posto isto, foi então criado um espaço de educação não formal de ciências, dentro de uma instituição de educação formal, assim como um laboratório de ciências concebido especialmente para a realização de atividades práticas de ciências no âmbito da educação formal.

O CIEC apresenta como missão, o envolvimento de pessoas desde a infância, com a ciência e fenómenos científicos, com a intenção de dotar desde logo as crianças com uma certa literacia científica.

O espaço encontra-se organizado por cinco áreas temáticas, com módulos interativos contextualizados na História e Cultura Local:

- 1) Embarca com a Ciência;
- 2) Explorando o Castelo;
- 3) Explorando a Barquinha;
- 4) Explorando o Tejo;
- 5) Explorando o Voo.

O centro disponibiliza ao visitante várias exposições interativas com temáticas relacionadas com a origem, vida, tradição, costumes, entre muitas outras, sobre a região, permitindo ao visitante, além da interação, o conhecimento mais aprofundado sobre a mesma. O espaço é ainda dotado de tecnologia que permite ao visitante ler e ouvir sobre a região, de uma forma inovadora e vanguardista. Ainda seguindo a mesma interatividade, o visitante ao longo do seu percurso, pode experimentar por exemplo vestuário e acessórios típicos de uma época ou região, além de obter informações específicas e pormenorizadas sobre a temática em questão.

O CIEC possui ainda um laboratório de ciências, desenvolvido para o ensino formal que foi concebido para apoiar os objetivos a que o programa se propõe, ter recursos que proporcionem uma larga seleção de experiências apropriadas ao potencial de aprendizagem e interesse dos estudantes com diferentes capacidades e estilos de aprendizagem, ter flexibilidade na disposição do mobiliário e equipamentos, ter amplo acesso à água corrente por parte dos alunos e ter espaços de apoio para arrecadar recursos e/ou instrumentos de suporte às atividades, quando não estão em utilização.

Desenvolve ainda atividades diversas e distintas, tais como:

- 1) Oficina Inventa & Experimenta (planificar e executar inventos ou projetos);
- 2) Kitoteca (biblioteca com kits de ciência);
- 3) Atividades à medida (festas de aniversário, eventos empresariais, formação);
- 4) Atividades periódicas (gastronomia com ciência, histórias com ciência);
- 5) Espaço cultivar ciência (pomar, jardim e horta);
- 6) Espaço “A Ciência do Desporto” (desportos radicais, futebol, ginásio).

### **3.6.6. Praça de Touros**

Segundo OLIVEIRA, J. NUNES, (1997:7) na sua obra “Praças de Touros em Portugal”, *“A arte de tourear em Portugal surge com o nascimento da nacionalidade, mas somente nos séculos XVIII e XIX, começam a aparecer locais destinados exclusivamente ao toureio, com a mais diversa arquitetura – “retangular, octogonal ou circular” e de construção mais ou menos rudimentar”*.

Segundo o autor, até então, a arte de tourear decorria em campos abertos ou praças públicas, preparadas especificamente para o efeito. Ao longo dos anos assistiu-se ao melhoramento geral das praças, melhorando as suas condições não só para os artistas, como também para o público em geral.

A praça de touros de Vila Nova da Barquinha, inaugurada em 1853 e com capacidade para 4.500 espetadores, nasce do louvor à Santa Casa da Misericórdia local. É considerada a segunda praça mais antiga de Portugal. (OLIVEIRA, 1997:118)

### **3.6.7. Museu de Engenharia Militar**

Criado em 28 de Julho de 1880, a Escola Prática de Engenharia (EPE) foi relevante quer na Primeira Guerra Mundial, quer na Guerra Colonial Portuguesa, uma vez que a instrução das tropas se passou a realizar em Tancos a partir de 1916.

Atualmente designada de Regimento de Engenharia n.º 1 alberga no seu interior um Museu de Engenharia Militar, que se traduz numa exposição permanente reorganizada, ampliada e transferida para as novas instalações em 27 de Novembro de 2008, aquando da cerimónia comemorativa dos 25 e 50 anos do TPO (Tirocínio para Oficiais) e CFS (Curso de Formação de Sargentos de Engenharia).

### **3.6.8. Museu das Tropas Aerotransportadas**

Tratando-se de uma escola com importante peso cultural e histórico, inaugurado em 23 de Maio de 1990 (Dia da Unidade), o acervo do Museu é alusivo a todo o historial das tropas paraquedistas ao longo dos anos. Dele fazem parte Estandartes e Guiões Heráldicos das antigas unidades. Do seu espólio consta ainda: material fotográfico, documentação diversa e equipamentos individuais e coletivos, utilizados pelos militares paraquedistas ao longo dos tempos.

Os recursos e os atrativos turísticos são bens fundamentais para a projeção da imagem de um destino. Se atendermos à diferença entre recursos e atrativos, verificamos que Vila Nova da Barquinha tem um vasto espólio de património natural e arquitetónico (recursos) que necessita ser trabalhado e intervencionado por forma a aumentar a sua atratividade e desta forma, serem classificados como atrativos.

Podemos então afirmar que algum deste património se reveste de especial interesse e relevância na medida em que está integrado nas intenções futuras de desenvolvimento turístico projetado para a Vila. São exemplo disso os Museus Militares e o próprio Castelo de Almourol, enquadrados no setor do Turismo Militar. Verifica-se de igual modo a relevância do Centro Integrado de Educação e Ciência (CIEC), integrado no parque escolar, que se pretende inovador e requalificado, segundo as diretivas propostas pela UE.

Verificamos portanto a relevância destes recursos e atrativos, na medida em que contribuem para definir e qualificar a Barquinha enquanto destino turístico, projetando a sua imagem e contribuindo para uma maior abrangência da exploração turística.

Ainda que alguns destes recursos tenham maior relevância e peso no que respeita à fruição turística do que outros, não existe contudo nenhum registo oficial que elucide quanto ao número de visitantes dos mesmos. Não existindo dados estatísticos, foi-nos gentilmente facultado pela Junta de Freguesia de Tancos, entidade responsável pela visita, o número total de visitantes registados nos últimos dois anos. Assim, no ano de 2014 visitaram o Castelo de Almourol, cerca de 40 mil visitantes. O número aumentou para cerca de 60 mil no decorrer do ano de 2015. No corrente ano, até ao final do mês de Outubro, o número de visitantes ascendia já aos 70 mil, tendo-se verificado um acentuado acréscimo face aos anos transatos.

### **3.7. Gastronomia, Alojamento e Aventura**

#### **3.7.1. Gastronomia**

Sendo a alimentação um dos principais índices que nos permite conhecer a história, costumes e desenvolvimento de um povo, existe uma forte relação entre o tipo de alimentação e as regiões onde vivem. Há uma profunda ligação entre o homem e a terra, entre os alimentos regionais e a forma de comer.

Neste contexto, refletindo a gastronomia a identidade de um povo, reflete de igual modo a diferenciação entre as regiões. Através da gastronomia é possível criar uma imagem distinta de um território e servir-se dela para promover a região enquanto destino turístico.

É frequente associarmos o fator gastronómico a uma determinada região ou destino turístico, veja-se o caso dos Ovos-moles de Aveiro, o Choco Frito de Setúbal ou as Tripas à Moda do Porto.

Com uma gastronomia muito ligada ao rio e às lezírias, na tabela que se segue estão expressos os vários restaurantes do concelho e alguns dos pratos que confeccionam e que representam a gastronomia ribatejana.

Restaurante	Localidade	Pratos Típicos
Restaurante “Stop”	Atalaia	Sopa de Peixe Açorda de Sável Bacalhau à Lagareiro Enguias Fritas Ensopado de Enguias Ensopado de Lampreia Lampreia Lombinhos de Fataça Petingas com azeite Sável Doce da Vila Doce de Pão
Restaurante “A Carroça”	Praia do Ribatejo	
Restaurante “Chico”	Praia do Ribatejo	
Bar do Castelo	Praia do Ribatejo	
Tasquinha da Aringa	Praia do Ribatejo	
Café Estrela	Praia do Ribatejo	
Restaurante “Gôndola d’Êxitos	Praia do Ribatejo	
Restaurante “Almourol”	Tancos	
Pitoresco Bar	Tancos	
Restaurante “Recanto da Barquinha”	V. N. Barquinha	
Restaurante “Sol Tejo”	V. N. Barquinha	
Restaurante “Ribeirinho”	V. N. Barquinha	
Restaurante “Tasquinha da Adélia”	V. N. Barquinha	
Restaurante “Trindade”	V. N. Barquinha	
Restaurante “O Grilo”	V. N. Barquinha	
Cervejaria do Cais	V. N. Barquinha	

Tabela 21 Restaurantes da Região Fonte: Elaboração Própria

Verificamos assim que o concelho tem um número considerável de estabelecimentos de Restauração, face à dimensão territorial. Ainda que dispersos pelas várias freguesias do município, a oferta a este nível está bem organizada. A gastronomia típica aposta sobretudo nos produtos locais provindos do rio e das lezírias, embora sejam confeccionados pratos típicos da gastronomia Portuguesa em geral.



### **3.7.2. Alojamento**

Podemos considerar o alojamento como uma das mais importantes variáveis no que concerne à oferta turística. Numa perspetiva de desenvolvimento local, em especial no Interior, a capacidade de alojamento oferecida por um destino, facilita não só a atração e fixação de turistas, como também atrai e gera investimento.

Um destino turístico aumenta a sua atratividade tendo em conta não só os recursos e atrativos disponíveis, mas também através da capacidade de oferecer serviços complementares que suportem essa atratividade, nomeadamente o alojamento.

Se por um lado, o desenvolvimento local está diretamente relacionado com a capacitação de atrair investimento, por outro lado o investimento no alojamento permite a fixação de turistas, através da permanência destes nos destinos, por maiores períodos e não apenas como visitantes.

No decorrer do último ano foram inauguradas algumas unidades hoteleiras, na sua maioria inseridas na tipologia “Casa de Campo” – Turismo em Espaço Rural, contribuindo desta forma para o aumento da oferta de camas disponíveis no Município.

Na tabela que se segue, podemos observar o número de unidades hoteleiras existentes no concelho, assim como o número de camas, que se traduz na capacidade de alojamento em número de turistas.

Art Inn Barquinha (15 Quartos -30pax)	Barquinha Nature House (12 Quartos - 24 pax)
Hotel Soltejo (14 Quartos -28 pax)	Sonetos do Tejo (6 Quartos - 14 pax)
Casa do Patriarca (6 Quartos - 12 Pax)	Quinta Ribeiro Tanquinhos (4 Quartos - 8 pax)
Albergue da Juventude de Tancos (Camaratas - 30 pax)	

Tabela 22 Alojamento disponível no Município Fonte: Elaboração Própria

### **3.7.3. Aventura**

Se atendermos ao facto que os objetivos pretendidos pelo Turismo 2020, para as empresas se prende com o incremento do empreendedorismo, o desenvolvimento de competências das empresas, a valorização da oferta turística e o reforço da qualidade e da excelência do capital humano, é cada vez mais pertinente o apoio e incentivo ao setor privado e ao associativismo na área do turismo.

Assim sendo, pretende-se uma qualificação geral que beneficie não só os serviços prestados, como também os recursos humanos das empresas, associações e clubes, que compõem a vertente da oferta turística para o setor do turismo.

Seguindo estas linhas orientadoras, as características geográficas e geológicas da Barquinha permitem a prática de alguns desportos, especialmente desportos náuticos, nas águas do rio Tejo. Assim sendo, existem no Município alguns clubes e associações que organizam diversas atividades de caráter lúdico, conforme nos demonstra a tabela que se segue.

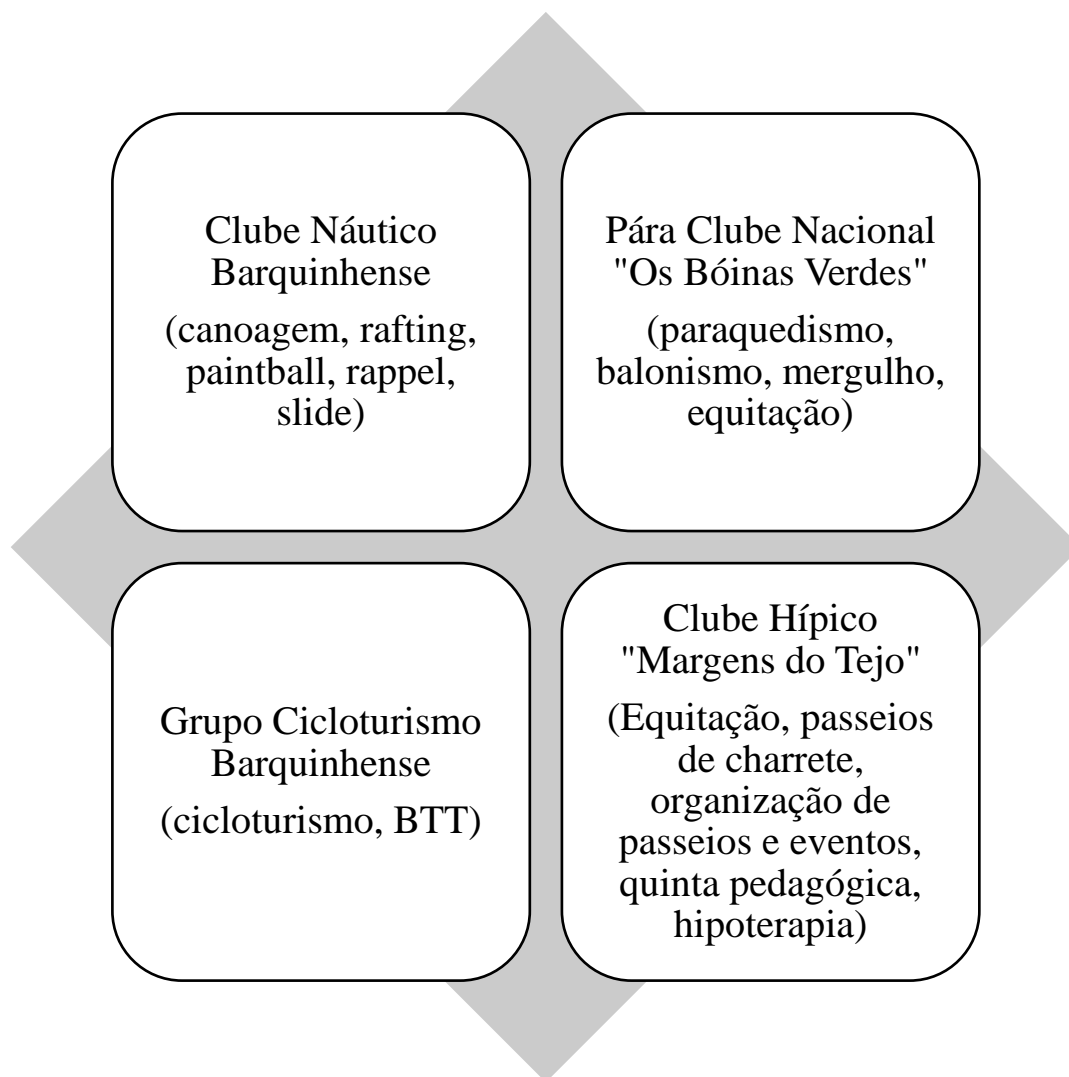


Tabela 23 Animação, Desporto e Aventura Fonte: Elaboração Própria

### 3.8. Considerações Finais

Com este capítulo pretendeu-se dar a conhecer o objeto de estudo em questão. Não só se enquadrou histórica e geograficamente Vila Nova da Barquinha, como também se evidenciou o que de melhor e mais relevante a região tem para oferecer a nível turístico. Para tal, foram referidos os eventos e festividades mais relevantes que ocorrem ao longo do ano. Foram ainda apresentados de forma sucinta os monumentos históricos, religiosos e culturais de destaque, quer sejam eles de cariz edificado ou paisagístico, sendo muitos deles palco de atividades lúdicas e/ou culturais.

Por último, foi efetuado um levantamento que reflete a oferta da região no que concerne ao alojamento existente, à gastronomia e à aventura. Esta última engloba diversas atividades lúdico-desportivas, na sua maioria praticadas *outdoor*, que servem não só as necessidades e interesses da população residente, como também os afluxos turísticos que visitam a região.

A condução da presente investigação e desenvolvimento do projeto “*in situ*” permitiu aferir a verdadeira essência, assim como a realidade da visão da comunidade local e de quem a visita, da cultura turística do município.



## **Capítulo 4 – Trabalho de Campo: Apresentação de Resultados**

### **4.1. Introdução**

No âmbito deste projeto, o trabalho de campo realizado revelou-se de extrema importância, na medida em que nos permitiu obter reflexões e considerações sobre os temas abordados. Foram para o efeito, realizadas quatro entrevistas semiestruturadas exploratórias, que representam respetivamente o Poder Local, o Turismo e a Cultura, o Ensino Superior e o Desenvolvimento Local. Desta forma foi possível obter um conjunto de informações pertinentes que nos permitiram perceber a visão estratégica, segundo o ponto de vista de cada um dos intervenientes, prevista para o município de Vila Nova da Barquinha, no seguimento das normas e diretrizes da União Europeia.

Pretende-se neste capítulo expor os métodos utilizados, os dados obtidos e a interpretação/reflexão sobre os mesmos. O objetivo desta recolha de dados está relacionado com a temática central deste projeto “O Turismo enquanto qualificador de um Município – o caso de Vila Nova da Barquinha” e com a pergunta de partida “Como ampliar a atratividade turística da Barquinha?”, com o intuito de posteriormente usufruir destes contributos para a elaboração do modelo qualificador para o município.

Um dos aspetos estratégicos a considerar relaciona-se com o que será possível considerar a partir do conhecimento que os inquiridos nos transmitiram e que significa um «estado da arte» referenciado a 2016. Assim, numa perspetiva de futuro, os contributos agora relatados podem constituir-se num cenário de reflexão que ano após ano possa ser atualizado e, eventualmente tornar-se um modo de auscultação que seja útil ao planeamento turístico municipal.

### **4.2. Trabalho de Campo**

A minha formação em Gestão Turística e Cultural e a experiência profissional no ramo da hotelaria foram determinantes para o sucesso do trabalho tanto em termos conceptuais quanto operacionais na captação e tratamento dos dados. Embora o trabalho de

campo pudesse assumir várias formas ou a conjugação de métodos distintos, neste projeto centrou-se na realização de entrevistas semiestruturadas exploratórias.

Assumimos este modelo de intervenção porque a escala de trabalho num município como o que estudámos nos aconselhava um processo de proximidade que, por sua vez, nos revelou dados relevantes para alcançarmos os objetivos propostos.

Podemos contudo admitir que de certa forma foram utilizados métodos exploratórios complementares, na medida em que foram analisados documentos (disponibilizados online) relativos aos setores de intervenção dos entrevistados e até mesmo a observação direta (monumentos com certificação Herity no município de V. N. da Barquinha).

Estes princípios metodológicos estão normalmente associados, como nos refere QUIVY e CAMPENHOUDT (2008:83) “*Resumindo: entrevistas, observações e consultas de documentos diversos coexistem frequentemente durante o trabalho exploratório*”. Contudo, estes dois últimos métodos não tiveram um impacte significativo que justificasse a sua descrição e inclusão neste processo.

No âmbito de projeto de mestrado definiu-se o método de entrevista como o mais indicado para a obtenção dos dados pretendidos, tendo em vista os objetivos estipulados para este projeto.

A consulta de fontes e sua crítica, mormente, documentação relacionada com a gestão autárquica do turismo também nos ajudou a escolher este método porque os depoimentos, como veremos, foram muito relevantes na combinatória “tempo-espaço” que esta intervenção em ciclo de estudos de mestrado requeria. Todavia e em sede de eventual espaço de investigação de doutoramento, muito do que foi sendo resolvido neste processo poderá ser retomado e aprofundado face a objetivos académicos mais específicos.

Após decisão do método a utilizar, procedeu-se à seleção dos entrevistados. Foi nossa intenção procurar obter resultados que de certa forma espelhassem a opinião de quem diretamente trabalha no terreno em cada uma das áreas. Neste sentido, e como já referido anteriormente, foram selecionados inquiridos representativos do Poder Local, do Turismo e da Cultura (membros representativos do município), do Ensino Superior (área do Património



e Certificação Herity) e do Desenvolvimento Regional (ADIRN – Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte).

A estratégia era a de perceber em que medida os principais decisores e intervenientes nas dimensões referidas se posicionavam quanto ao processo de turistificação territorial. Com os dados obtidos foi possível perceber o «estado da arte» da mesma, numa perspetiva de desenvolvimento no presente e esboçar um quadro de eventual futuro com base nas informações recebidas e tratadas.

O trabalho de campo contou ainda com o acompanhamento técnico do L-Tour.ipt, o Laboratório de Turismo do Instituto Politécnico de Tomar (IPT). Esse acompanhamento foi materializado através de reuniões técnicas e visitas técnicas realizadas ao município de Vila Nova da Barquinha, objeto de estudo deste projeto. A par destas iniciativas, foi ainda praticada uma observação participativa no decorrer de todo o processo.

#### **4.3. Entrevistas**

Uma das principais funções da entrevista é revelar aspetos relacionados com o objeto de estudo, sob o ponto de vista dos responsáveis de cada área, a exposição das suas ideias e a sua reflexão.

No seguimento da metodologia adotada na elaboração deste projeto, QUIVY e CAMPENHOUDT (2008:71) identificam três categorias de pessoas que se apresentam como interlocutores válidos *“Primeiro, docentes, investigadores especializados e peritos no domínio de investigação implicado pela pergunta de partida. (...) A segunda categoria de interlocutores recomendados para as entrevistas exploratórias é a das testemunhas privilegiadas. Trata-se de pessoas que, pela sua posição, ação ou responsabilidades, têm um bom conhecimento do problema. (...) Finalmente, terceira categoria de interlocutores úteis: os que constituem o público a que o estudo diz diretamente respeito. (...)”*.

Dando sequência a esta metodologia foram selecionados quatro interlocutores, representado cada uma das distintas áreas classificadas pelas duas primeiras categorias enunciadas anteriormente.

Assim sendo, na primeira categoria (docente), foi entrevistado o Professor Doutor Luíz Oosterbeek, Professor Coordenador do IPT e Vice-Presidente da Herity Internacional. Na segunda categoria (testemunhas privilegiadas), na qual o interlocutor anterior também se enquadra pelas suas funções na Herity, foram entrevistados o Dr. Fernando Manuel dos Santos Freire, Presidente da Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha, o Mestre Carlos Vicente Mendes, Técnico Superior na Câmara Municipal da Barquinha e no Centro de Estudos de Arte Contemporânea (CEAC) e o Eng.º Jorge Rodrigues, Coordenador Geral da ADIRN.

Dada a natureza deste projeto e do objeto de estudo e por questões de logística, não nos pareceu pertinente a inclusão do terceiro grupo (público) na lista dos entrevistados.

Consideramos que a opção tomada se poderá alinhar mais às preocupações de encontrar resposta do lado dos decisores e dos que, intervindo no território podem contribuir para uma melhor definição do que se pensa sobre o potencial turístico de VNB e o que, efetivamente se deverá fazer para que essa definição tenha consequências práticas e objetivas.

Uma vez que cada um dos inquiridos representa uma área diferente do sistema turístico e/ou do sistema político, foram realizadas quatro diferentes entrevistas, sendo que cada uma delas foca pontos-chave comuns, relacionados com a temática central e com a obtenção de dados para a construção do modelo que nos propomos realizar.

Na tabela que se segue estão expressas as perguntas que compõem cada uma das entrevistas, a cada um dos entrevistados das respetivas áreas de intervenção. Decidimos apresenta-la aqui dado que também podíamos colocar em Anexo como “Guião da Entrevista”. Desta forma ilustramos em contexto a estruturação das questões que foram colocadas aos nossos depoentes.

<b>PODER LOCAL DE VILA NOVA DA BARQUINHA</b>
Qual entende ser a sua vocação turística mais relevante para o município de VNB?
Como deve ser apresentada a imagem da Barquinha aos seus visitantes?
Ordene por favor de 1 a 5 (sendo que 1 é o menos importante e o 5 o mais importante) o que falta na qualificação turística da Barquinha: <input type="checkbox"/> Investimento público <input type="checkbox"/> Enquadramento estratégico do Turismo de Portugal mais visível no país <input type="checkbox"/> Recursos Humanos qualificados <input type="checkbox"/> Redes de operadores com interesse concreto em VNB <input type="checkbox"/> Formação dos residentes para a cultura e para o turismo
Quais as variáveis mais importantes para a qualificação turística de iniciativa municipal?
A médio-longo prazo, quais os projetos a nível turístico mais relevantes e previstos para o município?
Como pode a Barquinha posicionar-se, diferenciar-se e competir face ao Médio Tejo?
<b>TURISMO E CULTURA DE VILA NOVA DA BARQUINHA</b>
Analisando V. N. Barquinha como um destino turístico, qual a vocação turística principal que a Vila assume?
Qual é a imagem da Barquinha e qual a perceção dos seus visitantes?
O que falta na qualificação turística da Barquinha?
Quais as variáveis mais importantes para se dar essa qualificação?
O que pode o município fazer para alargar a agenda cultural e ter uma programação com maior destaque e visibilidade?
Quais as medidas viáveis de se concretizarem e em que deveria o município apostar para aumentar os fluxos turísticos da Vila?
<b>ENSINO SUPERIOR (CERTIFICAÇÃO HERITY)</b>
Quais os critérios para a escolha das variáveis em questão no processo de certificação Herity, em detrimento de outros?
Que outras variáveis poderiam integrar a certificação?
Qual o impacto a nível turístico que a certificação Herity trouxe ao Médio Tejo?
Em que medida a certificação Herity contribui para o aumento da visitação e fruic�o dos sítios certificados?

<b>DESENVOLVIMENTO REGIONAL (ADIRN)</b>
Qual a imagem de marca e o posicionamento do Médio Tejo no que respeita ao Turismo, face ao panorama nacional?
A nível turístico, quais os projetos de maior destaque tendo em conta o horizonte 2020 e as diretivas da UE, para o Médio Tejo?
Sendo que V. N. da Barquinha é um dos municípios que integra o Médio Tejo, qual a “marca” em que este município deveria apostar?
O que falta na qualificação turística em geral e no caso específico de VNB?
Quais as variáveis mais importantes para se dar essa qualificação?

Figura 41 Guião das entrevistas realizadas Fonte: Elaboração Própria

Como se depreende da tabela anterior, algumas temáticas abordadas são comuns a todas as entrevistas, por forma à obtenção de dados que corroborem e fundamentem quer o tema central deste projeto, quer a pergunta de partida inicialmente formulada, resultando posteriormente no modelo qualificador.

#### **4.4. Análise e Discussão dos Resultados**

Por forma a sintetizar os resultados obtidos através da recolha de dados pelo método de entrevistas, subdividimos as questões abordadas por temáticas, conforme apresentamos na tabela que se segue. De salientar que embora a maioria das respostas reportem ao município de Vila Nova da Barquinha, em alguns casos é feita alusão ao Médio Tejo, região que integra o município (questões relacionadas com a marca e posicionamento e projetos).

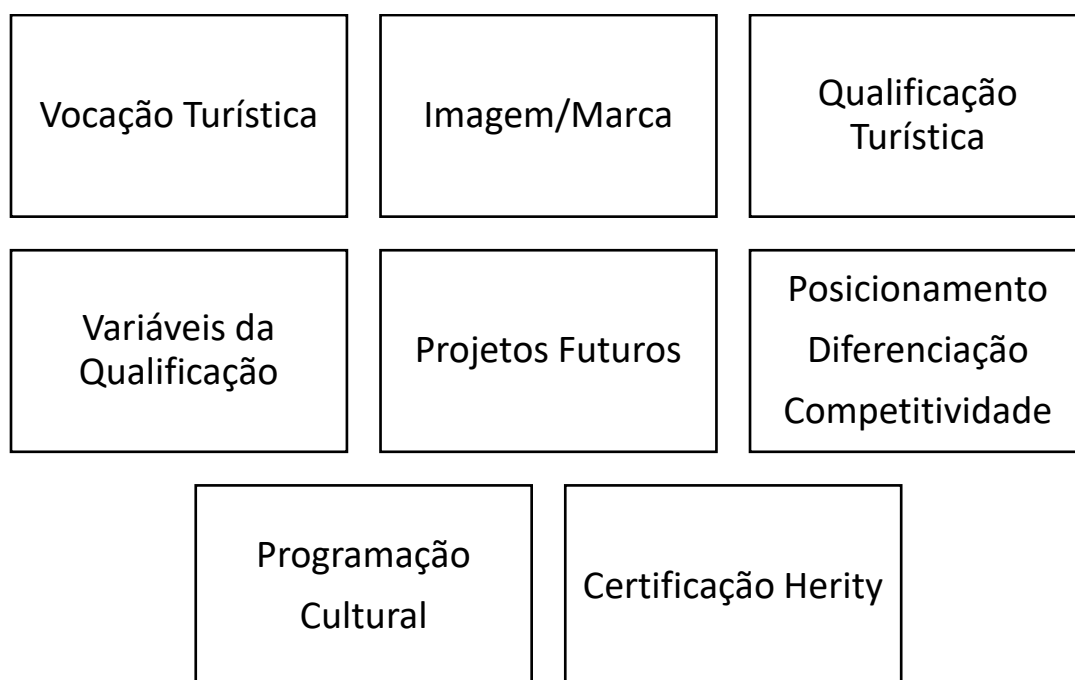


Tabela 24 Subdivisão das questões por temáticas Fonte: Elaboração Própria

Dando prosseguimento à subdivisão apresentada na tabela anterior, enquadrámos seguidamente a informação recolhida nas entrevistas por cada uma das respetivas temáticas.

#### **4.4.1. Vocação Turística**

Interrogado sobre a vocação turística da vila, o Sr. Presidente Fernando Freire, declarou o seguinte: “O enquadramento geográfico e histórico da Barquinha, privilegiado pelo cruzamento dos eixos principais, potencia a sua integração em rotas turísticas nacionais ou internacionais como a rota dos Caminhos de Santiago e a Rota dos Templários, o que representa um potencial de alavancagem do turismo no seu território, aproveitando as sinergias e complementaridades de produtos já estabilizados e reconhecidos. A existência de vários estabelecimentos de turismo em espaço rural (representando uma capacidade total de 118 camas em Vila Nova da Barquinha) revela o potencial que o espaço monumental e natural do município apresenta e a sua capacidade de resposta ao turismo cultural e de natureza.

Os produtos já estabilizados são o Castelo de Almourol, a Igreja Matriz da Atalaia (ambos monumentos nacionais), as zonas históricas de Vila Nova da Barquinha (com o

Parque de Escultura Contemporânea de Almourol e as galerias de Arte), a vila de Tancos (também denominada por Vila Florida), a gastronomia, o enoturismo e as atividades ligadas ao rio e aos desportos de natureza e de aventura nas quatro freguesias do concelho, com especial enfoque para a Praia do Ribatejo.

Certo é que fatores de atratividade como BTT, canoagem e passeios pedestres, têm reforçado cada vez mais o valor da natureza no município. Estas atividades estão a gerar dinâmicas interessantes quer de atletas de competição que ali acedem, como de público que vem assistir ou praticar atividades recreativas e de lazer.

Ainda em processo de desenvolvimento temos o turismo militar com a disposição do aeródromo de Tancos a atividades civis e com a oferta de espaços museológicos militares.”

Na perspetiva de Carlos Vicente, Técnico Superior da Câmara Municipal da Barquinha, o município estaria vocacionado para se transformar na Vila das Artes, servindo-se da paisagem ribeirinha e do “velho sentinela do rio: o Castelo de Almourol.”.

#### **4.4.2. Imagem/Marca**

Nas palavras do Sr. Presidente Fernando Freire, a Barquinha é reconhecida como uma vila monumental, cultural, com qualidade de vida e em equilíbrio com a natureza, bastando somente acrescentar a gastronomia com enfoque nos recursos endógenos do rio Tejo.

Questionado sobre a imagem da Barquinha e a perceção que os visitantes têm dela, Carlos Vicente afirma que se trata de “Uma Vila ribeirinha com tradição e memórias ribeirinhas. Desde os seus “arraís” ainda na memória das gentes locais ao velho cais d’el Rei em Tancos com relevante importância para o comércio da altura e a sua paisagem ainda hoje referência local, pela sua flora e fauna ligada ao rio. E, claro, o sempre âncora Almourol; o velho guardião do rio.”

Segundo o Eng.º Jorge Rodrigues da ADIRN, o Médio Tejo deverá apostar em duas ou três marcas diferenciadoras, nomeadamente Templários e Fátima enquadrados numa vertente de Turismo Cultural e a Albufeira de Castelo de Bode e o Tejo, numa vertente mais direcionada para o Turismo de Natureza. Por sua vez, a aposta específica de V. N. da Barquinha deveria ser focada no Tejo e nos Templários.

#### **4.4.3. Qualificação Turística**

Questionado quanto à qualificação turística da Vila e o que estava em falta, o Sr. Presidente ordenou por ordem crescente os seguintes aspetos: redes de operadores com interesse concreto na Vila; enquadramento estratégico do Turismo de Portugal mais visível no país; recursos humanos qualificados; investimento público e por último, formação dos residentes para a cultura e para o turismo.

No que respeita à qualificação turística Carlos Vicente é perentório ao afirmar que era necessário “um posto de Turismo, que funcione enquanto tal e com técnicos de turismo. Não devem os municípios dotar-se de lojas e lojas de produtos locais sem as suas referências ancestrais.”. Ainda sobre este tema refere que os “ (...) técnicos de turismo que devem ser a ligação entre a comunidade (memórias, tradições, folclore, museologia etc.) e os visitantes. Devem ser a ligação precisa na disseminação dos seus serviços a quem nos procura.”.

Em relação à qualificação turística de V. N. da Barquinha, na perspetiva do Eng.º Jorge Rodrigues era necessário uma permanente animação do Castelo de Almourol. No âmbito do Turismo de Natureza seria essencial a criação de eventos ligados ao Tejo e a conclusão da GR12 (Grande Rota do Tejo) e percursos complementares.

#### **4.4.4. Variáveis da Qualificação**

Quando questionado sobre as variáveis mais importantes para a qualificação, o Sr. Presidente declarou que “A afirmação da dimensão de artes (Parque de Esculturas, Galerias de Arte, Centro de Estudos de Arte Contemporânea e residência de artistas) e ciências (continuação do projeto Centro Integrado de Educação em Ciências) aportado no percurso já iniciado, ampliando a sua dimensão e especialização e imprimir um efeito de contágio das sinergias culturais e artísticas anteriormente iniciadas para a restante Vila, para que estas se embrenhem efetivamente no seu ambiente, num contágio urbano e humano que gere novas dinâmicas culturais, e consequentemente anime a sua capacidade de atratividade turística.”. A par destas, o Sr. Presidente frisou ainda a necessidade de atrair novos residentes (regeneração urbana) e novas funções.

Para que a qualificação turística se verifique, Carlos Vicente declara que é necessário organizar a oferta em função da procura, assim como a criação de uma “rede local” de entre ajuda entre os *stakeholders* com o intuito de “potenciar as suas credenciais e valências de maneira a que possam (os turistas) fazer uma leitura no exterior, dos locais a visitar e dos serviços que o apoiam para uma melhor absorção do local.”

Por outro lado, o Eng.º Jorge Rodrigues refere que as variáveis mais importantes estão relacionadas com o financiamento, a existência de promotores qualificados e a aposta numa estratégia consertada para toda a região.

#### **4.4.5. Projetos Futuros**

No que concerne a projetos futuros, o Sr. Presidente referiu que a médio prazo estão previstos os percursos ribeirinhos ou as rotas de água e linha de caminho-de-ferro (Barquinha-Almourol/Almourol-Constância). No que respeita aos projetos a longo prazo, sendo a política mutável, o Sr. Presidente adianta que “o conceito “longo prazo” no meu concelho depende sempre da oportunidade de candidaturas no âmbito da União Europeia”.



Os projetos a nível turístico, num horizonte 2020 e segundo as diretivas da UE, que no parecer do Eng.º Jorge Rodrigues merecem maior destaque estão relacionados com a Rede de Rotas e Percursos do Médio Tejo, a Dinamização dos Monumentos (com enfoque nos classificados como Património Mundial) e com a Valorização Turística e Animação da Albufeira de Castelo de Bode.

#### **4.4.6. Posicionamento/Diferenciação/Competitividade**

Para o Sr. Presidente Fernando Freire, a diferenciação de Vila Nova da Barquinha passa pela aposta na qualidade de vida, na relação equilibrada com a natureza e na organização do espaço rural e urbano. Todavia, segundo a sua visão, o município não deve competir com o Médio Tejo, na medida em que “Essa era a filosofia que existia no anterior quadro comunitário. No atual tem que agir em posição idêntica com os outros municípios até porque temos projetos comuns cofinanciados. Ademais o território tem que ser visto como um todo e com interesses transversais à Comunidade do Médio Tejo. Todos ganhamos com este pensamento e certamente ganhará a região. O que é bom para a Barquinha é bom para o Médio Tejo.”

Segundo Carlos Vicente, a aposta óbvia é no Turismo e no trabalho dos seus técnicos, na medida em que contribuam para a disseminação das valências locais no “espírito de lugar” que é a Barquinha e na sua envolvente (monumentos, obras de arte no parque, paisagem, vivências, memórias e tradições). Uma vez que se verificaram consideráveis melhoramentos que contemplam o aumento da oferta de alojamento, uma melhor restauração e uma considerável recuperação de casas devolutas, tirando partido da localização geográfica central, segundo a opinião de Carlos Vicente “A Barquinha precisa de quem a “venda” no bom sentido.”.

#### **4.4.7. Programação Cultural**

Questionado sobre a programação cultural e a forma de lhe dar maior visibilidade, o Técnico Superior Carlos Vicente afirma que ainda há muito para fazer nessa área. Segundo o entrevistado, a aposta deverá incidir nos eventos cíclicos, como as festas do concelho, criando-se para tal “marcas” que fiquem associadas à história local. Refere também que da agenda cultural deveriam fazer parte eventos relacionados com o jazz (projeto inacabado) ou eventos relacionados com o rio e as suas gentes (evento “os marítimos”).

Salienta de igual forma a importância da temática Templária, associada ao Castelo de Almourol e das artes. Esta última de especial relevância na medida em que contempla as duas galerias de arte existentes no município e o trabalho realizado pelo CEAC – Centro de Estudos de Arte Contemporânea. Refere contudo que a escassez de meios e a dispersão dos mesmos não é compatível com a velocidade e diversidade dos eventos.

#### **4.4.8. Certificação Herity**

Por forma a enquadrar o contexto da temática desta entrevista, importa perceber o que é e para que serve a certificação Herity. Neste contexto, o Sistema de Avaliação Global de HERITY (HGES - HERITY Global Evaluation System) é o sistema que certifica a qualidade da gestão de Monumentos, Sítios, Museus, Bibliotecas e Arquivos. Trata-se de uma Organização Internacional para a Gestão de Qualidade do Património Cultural. A sua simbologia (parecida com um alvo) classifica na escala de 1 a 5, os quatro critérios em apreciação: Relevância, Conservação, Comunicação e Serviços.

Interrogado sobre os critérios de escolha destas variáveis, o Prof. Luíz Oosterbeek foi perentório ao afirmar que resultam de uma escolha feita por uma comissão internacional multidisciplinar (história, história da arte, arqueologia, antropologia, turismo, gestão, qualidade, etc.), que trabalhou o sistema por cerca de uma década. Este projeto teve início numa pergunta de partida sobre a proteção de bens culturais como nos revela o professor ““Como elaborar uma estratégia que proteja os bens culturais em geral, e não apenas os mais conhecidos, em qualquer parte do mundo (independentemente de diferenças de riqueza, cultura ou outras)?”. Isso levou-nos primeiro a reiterar que (todo) o património cultural é

herança de (toda) a humanidade; pode parecer uma afirmação banal, mas ela tem importantes consequências, face a questões como a xenofonia, a exploração selvagem de recursos, o desinvestimento público ou a guerra. As discussões ulteriores conduziram-nos a focar nos utentes, enquanto principais interessados na preservação; e daí pensámos e estudámos sobre o que são as variáveis principais que interessam a um visitante.”. Foi após o debate desta questão inicial e através de trabalhos aferidos no terreno que se evidenciaram os critérios a aplicar.

Sobre se outras variáveis poderiam integrar a certificação, o entrevistado referiu que embora se trate de um sistema em contínuo aperfeiçoamento, mais importante do que integrar novas variáveis era aplicar este sistema a outras realidades, nomeadamente espaços públicos.

Não existe de momento nenhum estudo sistemático ou programa de valorização decorrente da certificação, que meça o impacte dessa certificação no Médio Tejo. De igual modo, o entrevistado acredita que a informação sobre a rede também não está dissipada pelos postos de turismo, muito por falta de formação das pessoas e pelos atrasos de fundos comunitários. Contudo existe um caso onde esta realidade não se verifica, como nos relata “No caso de Mação, o reconhecimento HERITY tem tido um peso muito grande na atratividade do Museu; mas isso acontece porque o Museu de Mação valoriza muito o HERITY, por exemplo colocando a indicação das avaliações recebidas no seu papel de carta; (...)”.

Sobre a contribuição da certificação Herity para o aumento da visitação dos sítios o Professor afirma que “Contribui sobretudo para a qualidade das visitas e para a transparência dos processos. Também contribui para atrair mais visitantes, mas não é essa a principal função do sistema. Num mundo muito competitivo em que vivemos, um selo de qualidade é uma garantia de futuro.”

#### **4.5. Considerações Finais**

Como se poderá demonstrar pelo tratamento da informação recebida e tendo como critérios os campos anteriormente assinalados poderemos considerar que:

1. A principal vocação turística enquadra-se nas Artes e no Turismo de Natureza;
2. A imagem turística de VNB é reconhecida por todos os depoentes;
3. A qualificação turística assenta na formação dos profissionais da área e dos residentes, assim como na animação cultural dos monumentos e nos eventos de Turismo de Natureza;
4. As variáveis de qualificação estão relacionadas com as artes, ciência, regeneração urbana e na estruturação da oferta em função da procura, tendo por base o financiamento público, a estratégia concertada e o recurso a promotores qualificados;
5. Os projetos futuros passam pela dinamização dos monumentos e pela criação de rotas e percursos ribeirinhos;
6. A certificação Herity, reconhecida internacionalmente, não está totalmente disseminada pelo município.

Assim, com a elaboração do modelo de qualificação que nos propomos, pretendemos contribuir para a melhoria contínua da capacidade de atração turística e cultural de Vila Nova da Barquinha. De igual modo pretende-se a criação de um posto de trabalho (estágio profissional) com o intuito de monitorizar os resultados provenientes da operacionalização deste modelo.

## **Capítulo 5 – Modelo de Qualificação**

### **5.1. Introdução**

Esta proposta decorre do facto de profissionalmente trabalharmos no território do município e haver interesse da nossa parte em operacionalizar este modelo de intervenção em favor da qualificação do destino também pelo que isso pode significar na melhoria de atração turística ao concelho e, indiretamente, aos efeitos positivos sobre o negócio em que me situo.

Pelo facto de residir no concelho e desenvolver a minha atividade profissional numa unidade de alojamento de Turismo em Espaço Rural na modalidade de Casa de Campo (num edifício reabilitado a partir de um imóvel degradado, inaugurado no dia 9 de Maio de 2015), permite-me não só um conhecimento mais aprofundado da realidade do município, como também ter uma maior perceção das carências e lacunas, face às expectativas e necessidades dos turistas. Este contacto direto e privilegiado com os turistas e hóspedes, permite-me perceber as suas necessidades quer a estada esteja relacionada com viagens de lazer e/ou viagens de negócios. Das conversas informais que inevitavelmente vão surgindo, retirei informações e pontos de vista que de certo modo atestam a pertinência desta investigação e a elaboração do modelo qualificador que apresentamos posteriormente.

Desta forma sustenta-se o aparecimento do QUALIFITUR como um modelo de qualificação do município. O acrónimo pretende servir para enunciar o estudo centrado no município de Vila Nova da Barquinha. Dada a minha atividade profissional, pretendo ativá-lo para um período experimental de 2 anos.

Este modelo qualificador baseia-se num sistema de avaliação sustentado por uma pré-seleção de variáveis de qualificação, obtidas quer pelos indicadores do INE – Instituto Nacional de Estatística, quer pela informação recolhida dos vários entrevistados, (membros – chave representativos de diferentes setores) e adaptado a partir do modelo de certificação Herity, já em aplicação.

Assim sendo, o QUALIFITUR, traduz-se numa plataforma de monitorização, avaliação e apoio à decisão da atividade turística no município e procura alinhar-se com as estratégias turísticas e de gestão nacionais.

Essa plataforma integra um sistema de avaliação composto por três tipos de intervenientes: turistas, entidades públicas e entidades privadas. Desta avaliação pretende-se que resulte um conjunto de indicadores e variáveis que nos permitam mensurar quantitativamente e/ou qualitativamente a realidade turística local.

Com a finalidade de verificar a pertinência e a exequibilidade desta plataforma, a mesma encontra-se em fase experimental em sede do L-tour – Laboratório de Turismo do Instituto Politécnico de Tomar.

## 5.2. Variáveis da qualificação

Tendo por base a temática deste projeto “O Turismo enquanto qualificador de um Município – o caso de Vila Nova da Barquinha”, elaborou-se um esquema metodológico como base inicial, conforme a figura que se segue, para esquematizar e sintetizar a imagem do modelo que seria posteriormente criado.

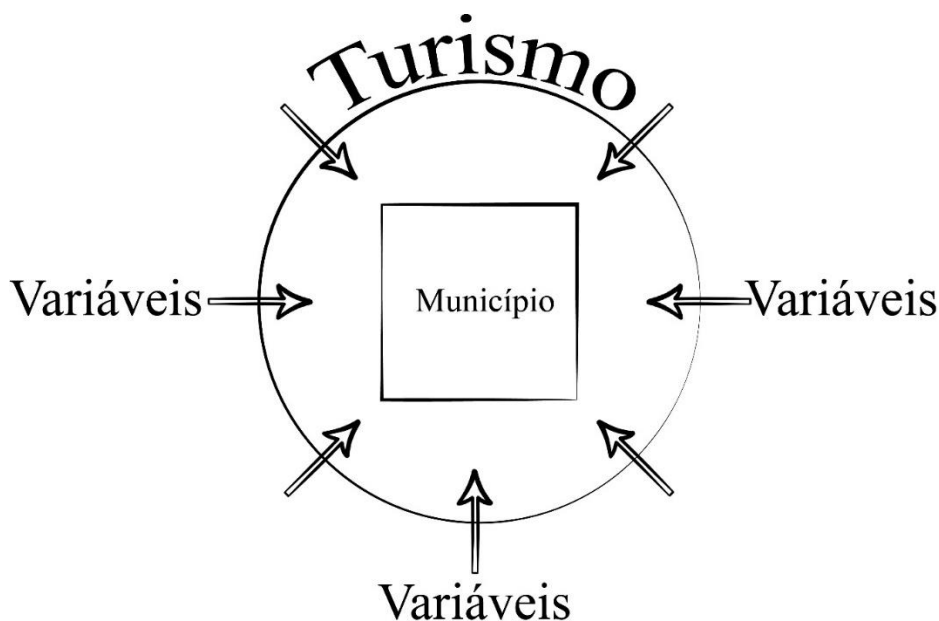


Figura 42 Esquema base da qualificação do Município Fonte: L-TOUR

Este modelo, concebido com o apoio do L-tour.ipt através da relação com o caso concreto em estudo, está a ser utilizado na abordagem ao turismo segundo as medidas de política das autarquias. Resultou da visita técnica da equipa do L-Tour ao município de Vila Nova da Barquinha, e foi-me apresentado posteriormente no decorrer das várias reuniões técnicas que se realizaram. Dada a pertinência e o enquadramento deste esquema na temática deste projeto, decidimos adotá-lo, adaptando-o ao trabalho de investigação.

Verifica-se desta forma, interpretando a imagem anterior, que o Turismo poderá qualificar um Município, tendo em conta um determinado conjunto de variáveis que posteriormente expomos.

Assim sendo e após a revisão da literatura, enunciados os conceitos e analisados os documentos orientadores da União Europeia, foi possível elencar uma série de variáveis passíveis de constar no modelo qualificador para o município de Vila Nova da Barquinha.

Da análise dos indicadores apresentados pelo INE, foram selecionadas categorias e subcategorias relacionadas com o objeto de estudo, nomeadamente indicadores relacionados com o Turismo, Território, Saúde, Crime e Justiça Criminal, Cultura, Desporto e Lazer. Essas subcategorias foram posteriormente distribuídas por cada uma das variáveis encontradas, consoante as suas características.

Da recolha de informação decorrente das entrevistas realizadas resultaram de igual modo algumas variáveis, que segundo a visão dos entrevistados, seriam pertinentes ter em consideração na qualificação turística do município. Da interpretação dessa informação, depreendemos que uma das principais questões está relacionada com a formação e qualificação, não só dos recursos humanos, como também dos residentes e de todos os intervenientes no setor do turismo, direta ou indiretamente. É necessário criar uma “cultura turística” que abranja todos os intervenientes. A mesma qualificação é pretendida para os produtos e recursos, qualificação essa alcançada através da requalificação e intervenção direta em infraestruturas, no tecido urbano ou na requalificação profissional.

Segundo os entrevistados, as variáveis que merecem especial enfoque no que respeita à qualificação do município, estão em parte relacionadas não só com a imagem e vocação turística do território, como também com projetos em execução ou previstos a médio prazo.

Na opinião do Sr. Presidente Fernando Freire, essas variáveis deveriam incidir sobre as artes e a ciência, na medida em que existem já projetos desenvolvidos nestas áreas, nomeadamente o Parque de Escultura Contemporâneo, as galerias de arte, o CEAC ou as residências artísticas (artes) e o CIEC (ciências). Por outro lado, a qualificação deveria abranger também a regeneração urbana, por forma a atrair novos residentes como também novas funções para o município.

Carlos Vicente, Técnico Superior da Câmara Municipal, defende em traços generalistas que seria pertinente a estruturação da oferta em função da procura.

Por outro lado, o Eng.º Jorge Rodrigues da ADIRN, direciona a sua visão para o financiamento, a estratégia concertada e a aposta em promotores qualificados.

Por fim, tivemos por base a certificação Herity e os critérios que a definem: Serviços, Comunicação, Relevância e Conservação. Estes critérios representam domínios importantes a considerar quando se fala da qualificação, muito embora esta certificação se aplique atualmente apenas a Monumentos, Sítios, Museus, Bibliotecas e Arquivos. Como a qualificação que se pretende está relacionada com um território e todo o sistema turístico que o compõe, verificamos a necessidade de introduzir outras variáveis que justifiquem e completem a qualificação turística.

Assim, face ao exposto até ao momento, elaboramos o esquema que se segue, enunciando as variáveis principais a considerar e os respetivos elementos, salientando contudo que se trata de um modelo exemplificativo e como tal suscetível de sofrer alterações consoante os objetivos da autarquia e de acordo com a experimentação a realizar em 2017 e 2018.



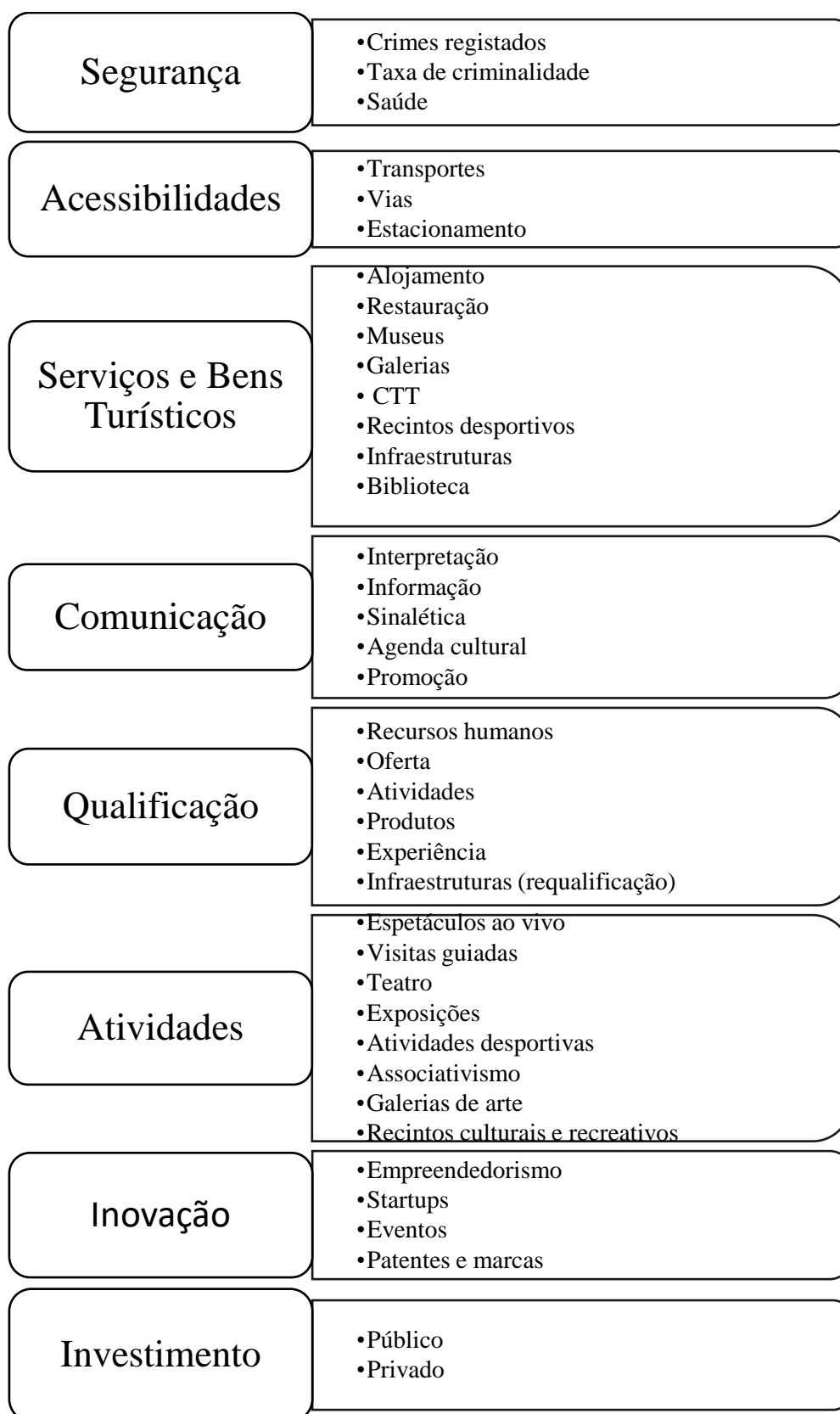


Figura 43 Esquema de Variáveis e elementos Fonte: Elaboração Própria

No seguimento da figura anterior, com base na metodologia e das linhas de investigação seguidas até aqui, foi possível selecionar este conjunto de variáveis que nos pareceram as mais adequadas ao objeto de estudo.

A cada uma das variáveis principais apresentadas, fizemos corresponder um conjunto de elementos que no nosso entender melhor caracterizam e qualificam a variável em questão. Como já referido anteriormente a opção por estas variáveis surge da revisão bibliográfica e da informação obtida através dos entrevistados, corroborada pelos indicadores do INE.

Tratando-se de um modelo qualificador, adaptado da partir da certificação Herity, pensado para um território, foi importante optar por variáveis que abrangesses o maior número de variantes possíveis, na tentativa de obter através da plataforma de avaliação, contributos para uma melhor avaliação e monitorização e consequentemente maior apoio na decisão.

### **5.3. Sistema de Avaliação: QUALIFITUR**

#### **5.3.1. Apresentação do QUALIFITUR**

Como de referiu, o QUALIFITUR é uma plataforma de recolha de avaliações e contributos de três grupos distintos de avaliadores, nomeadamente o visitante, as entidades públicas que integram o município e as entidades privadas que operam no município. Através deste sistema de avaliação será possível obter o feedback destes três grupos que interagem com o município, a fim de avaliar e monitorizar o seu desempenho. Procura ser uma ferramenta de apoio à decisão das entidades públicas e privadas com o objetivo final de qualificar o território para melhor responder à procura turística.



Figura 44 Logotipo do QUALIFITUR Fonte: Christopher Pratt

O acrónimo “QUALIFITUR” surge da junção das duas palavras que sustentam a temática deste projeto: qualificação turística.

### **5.3.2. Objetivos**

O objetivo principal do QUALIFITUR é munir os decisores do município com informação atualizada e credível acerca do nível de qualificação do seu território, identificando os pontos fortes e lacunas, com a finalidade de estes direcionarem os seus esforços e ações de uma forma eficiente e eficaz, de acordo com as avaliações e contributos recolhidos.

O modelo apresentado pretende avaliar o desempenho turístico do território em que for aplicado, baseado na contribuição dos três grupos (turistas, entidades públicas e entidades privadas). Posteriormente pretende monitorizar a evolução desse mesmo desempenho com o intuito de encontrar as medidas que contribuam para um melhoramento da oferta turística, de forma continuada e progressiva.

Os resultados obtidos pelo QUALIFITUR traduzem-se numa ferramenta de apoio à decisão, não só para as autarquias, como também para as restantes entidades públicas e privadas, estreitando a relação entre estas e potenciando o seu desempenho, alcançando uma estratégia concertada de desenvolvimento territorial do turismo. Tendo em consideração as avaliações anteriores, este modelo permite igualmente aos turistas uma visão turística do território baseada nas experiências dos visitantes antecedentes.

### 5.3.3. Contributos (INPUTS)

De acordo com o Sistema Turístico, os elementos Procura, Oferta, Geografia e Operadores são a base de um todo que pretendemos analisar no território específico do município de Vila Nova da Barquinha. Vejamos os diversos contributos esperados.

#### 5.3.3.1. Turistas

O contributo dos turistas, reflete-se na avaliação de variáveis e respetivos elementos que consideramos como pertinentes quando se trata da qualificação de um destino turístico, neste caso concreto o município de Vila Nova da Barquinha. A escolha destas variáveis decorre da análise dos indicadores do INE subjacentes à área do Turismo, das informações recolhidas nos depoimentos dos entrevistados e adaptadas do modelo de certificação Herity.

**Avaliação turística do Município de VNB**

Sexo  
☐ Feminino  
☐ Masculino

Idade  
☐ < 20  
☐ 20 - 29  
☐ 30 - 39  
☐ 40 - 49  
☐ 50 - 59  
☐ > 60

Nacionalidade \_\_\_\_\_

Avalie numa escala de 1 a 5, sendo que:

- 1 - Mau
- 2 - Razoável
- 3 - Bom
- 4 - Muito Bom
- 5 - Excelente

	1	2	3	4	5	N/Aplicável
<b>Segurança</b> (considera o destino seguro?)						
<b>Saúde</b> (facilidade no atendimento, tempo espera)						
<b>Acessibilidades</b>						
Transporte de passageiros (serviço, horários, preços)						
Vias de circulação (estado de conservação)						
Estacionamento (n.º de lugares, facilidade)						
<b>Serviços e Bens Turísticos</b>						
Alojamento (qualidade/preço, atendimento)						
Restauração e bebidas (qualidade/preço, atendimento)						
Serviços culturais de recreação e lazer (preço, atendimento, qualidade, horários)						
Museus, galerias, biblioteca, recintos desportivos, recintos culturais, parque de esculturas...						
Outros serviços de Turismo						
<b>Comunicação</b>						
Sinalética (existência, perceção, localização)						
Interpretação (existência, linguagem acessível, linguas, legível)						
Informação (existência, linguas, disponibilização)						
<b>Atividades/Animação</b>						
Espectáculos ao vivo (preço, serviços de apoio, conforto, logística)						
Visitas guiadas						
Teatro						
Exposições						
Atividades desportivas						


Figura 45 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Turistas Fonte: Elaboração Própria

Pretende-se que os turistas acedam à plataforma de avaliação e posteriormente ao preenchimento dos dados identificativos, avaliem cada um dos itens apresentados. A avaliação, compreendida numa escala de 1 a 5, em que ao 1 corresponde o termo "mau" e ao 5 o termo "excelente", avalia os elementos constituintes de cada uma das variáveis. Como

já referido anteriormente, estas variáveis poderão ser ajustadas à realidade de cada município, uma vez que são mutáveis, apresentando-se aqui a título exemplificativo. No entanto, a escolha destas variáveis de qualificação e dos seus elementos, parecem-nos as mais indicadas para um município de pequenas dimensões e com fluxos turísticos moderados.

#### **5.3.3.2. Entidades Públicas**

Do contributo das entidades públicas, espera-se não só a avaliação das variáveis e respetivos elementos, como também a submissão de contributos e preenchimento de dados no que respeita às variáveis não observáveis, nomeadamente entidades como as forças de segurança e os bombeiros voluntários. Salientamos uma vez mais que a escolha destas variáveis decorreu da análise dos indicadores do INE subjacentes à área do Turismo, das informações recolhidas nos depoimentos dos entrevistados e da adaptação do modelo de certificação Herity.



Entidade \_\_\_\_\_

Localização \_\_\_\_\_

Avalie numa escala de 1 a 5, sendo que:

1 - Mau

2 - Razoável

3 - Bom

4 - Muito Bom

5 - Excelente

	1	2	3	4	5	N/aplicável
<b>Segurança</b> (considera o destino seguro?)						
<b>Saúde</b> (facilidade no atendimento, tempo espera)						
<b>Acessibilidades</b>						
Transporte de passageiros (serviço, horários, preços)						
Vias de circulação (estado de conservação)						
Estacionamento (nº. de lugares, facilidade)						
<b>Serviços e Bens Turísticos</b>						
Alojamento (qualidade/preço, atendimento)						
Restauração e bebidas (qualidade/preço, atendimento)						
Serviços culturais de recreação e lazer (preço, atendimento, qualidade, horários)						
(museus, galerias, biblioteca, recintos desportivos, recintos culturais, parque de esculturas...)						
Outros serviços de Turismo						
<b>Comunicação</b>						
Sinalética (existência, percepção, localização)						
Interpretação (existência, linguagem acessível, línguas, legível)						
Informação (existência, línguas, disponibilização)						
<b>Atividades/Animação</b>						
Espetáculos ao vivo (preço, serviços de apoio, conforto, logística)						
Visitas guiadas						
Teatro						
Exposições						
Atividades desportivas						

Submissão de contributos:

<b>Forças de Segurança</b>	
Crimes Registados	
Taxa de Criminalidade	
Taxa de sinistralidade	
<b>Bombeiros Voluntários VNB (Proteção civil)</b>	
Incendios	
Urbanos	
Florestais	
Inundações	
Episódios de Urgência	
Registo de Acidentes	
Atropelamento	
Colisão de veículos	
Despiste	

	1	2	3	4	5	N/aplicável
<b>Juntas de Freguesia</b>						
Parques infantis (estado de conservação, horários, higienização, acessibilidade, segurança)						
Balneários, lavadouros e sanitários (horários, preços, acessibilidades, higienização)						
Chafariz e Fontanários (estado de conservação, sinalética, informação, monitorização)						
Abrigo de passageiros (estado de conservação, informação de horários, mapas)						

**Câmara Municipal de VNB**

Contributos

Figura 46 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Entidades Públicas Fonte: Elaboração Própria

Pretende-se que as entidades públicas acedam à plataforma de avaliação e tal como os turistas avaliem cada um dos itens apresentados, no que respeita à avaliação das variáveis de qualificação. De igual modo essa avaliação, compreendida numa escala de 1 a 5, em que ao 1 corresponde o termo "mau" e ao 5 o termo "excelente", avalia os elementos constituintes


de cada uma das variáveis. Como já referido anteriormente, estas variáveis poderão ser ajustadas à realidade de cada município, uma vez que são mutáveis, apresentando-se aqui a título exemplificativo.

Pretende-se ainda que estas entidades públicas submetam dados estatísticos respeitantes à sua área de intervenção. Neste caso concreto, cabe às forças de segurança o preenchimento de dados respeitantes à criminalidade e à sinistralidade, enquanto aos bombeiros voluntários a submissão de dados respeitantes às diversas ocorrências a que atendem. De igual modo, este modelo permite a submissão de contribuições, em formato de “resposta aberta” que poderão estar relacionadas com temáticas diferentes das aqui apresentadas, sempre que se verifique o seu interesse e pertinência para a melhoria na obtenção de resultados.

### **5.3.3.3. Entidades Privadas**

O contributo das entidades privadas consiste não só na avaliação das variáveis e respetivos elementos, como também na submissão de contributos e preenchimento de dados no que respeita às variáveis não observáveis. Pretende-se de igual modo destes intervenientes a avaliação de itens relacionadas com a Inovação, Investimento e Patentes e Marcas.

Salientamos uma vez mais que a escolha destas variáveis decorreu da análise dos indicadores do INE subjacentes à área do Turismo, das informações recolhidas nos depoimentos dos entrevistados e da adaptação do modelo de certificação Herity.



Designação \_\_\_\_\_  
 Ramo de Atividade \_\_\_\_\_  
 Localização \_\_\_\_\_  
 Tempo de Atividade \_\_\_\_\_

**Avaliação turística do Município de VNB**

Avalie numa escala de 1 a 5, sendo que:

1 - Mau  
 2 - Razoável  
 3 - Bom  
 4 - Muito Bom  
 5 - Excelente

	1	2	3	4	5	N/Aplicável
<b>Segurança</b> (considera o destino seguro?)						
<b>Saúde</b> (facilidade no atendimento, tempo espera)						
<b>Acessibilidades</b>						
Transporte de passageiros (serviço, horários, preços)						
Vias de circulação (estado de conservação)						
Estacionamento (nº. de lugares, facilidade)						
<b>Serviços e Bens Turísticos</b>						
Alojamento (qualidade/preço, atendimento)						
Restauração e bebidas (qualidade/preço, atendimento)						
Serviços culturais de recreação e lazer (preço, atendimento, qualidade, horários)						
(museus, galerias, biblioteca, recintos desportivos, recintos culturais, parque de esculturas...)						
Outros serviços de Turismo						
<b>Comunicação</b>						
Sinalética (existência, perceção, localização)						
Interpretação (existência, linguagem acessível, línguas, legível)						
Informação (existência, línguas, disponibilização)						
<b>Atividades/Animação</b>						
Espetáculos ao vivo (preço, serviços de apoio, conforto, logística)						
Visitas guiadas						
Teatro						
Exposições						
Atividades desportivas						

**Avaliação Empresarial de VNB**

	1	2	3	4	5	N/aplicável
<b>Inovação</b>						
Como avalia o município de VNB enquanto facilitador do empreendedorismo?						
Como avalia o município enquanto entidade acolhedora de startups?						
Como avalia VNB enquanto destino de eventos? (logística, condições, licenças, taxas...)						
<b>Investimento</b>						
Como avalia a aplicação do investimento público nas diferentes áreas?						
Como avalia o apoio ao investimento privado por parte do município?						
<b>Patentes e marcas</b>						
Como avalia a força da marca "Barquinha"?						

Contributos:

Figura 47 Plataforma de avaliação turística do município de VNB: Entidades Privadas Fonte: Elaboração Própria

Pretende-se que as entidades privadas procedam à sua identificação e especificação do ramo de atividade. Posteriormente, tal como os anteriores intervenientes, devem avaliar cada um dos itens apresentados, no que respeita à avaliação das variáveis de qualificação. A escala utilizada, compreendida de 1 a 5, em que ao 1 corresponde o termo "mau" e ao 5 o termo "excelente", avalia os elementos constituintes de cada uma das variáveis. Como



referido anteriormente, estas variáveis poderão ser ajustadas à realidade de cada município, uma vez que são mutáveis, apresentando-se aqui a título exemplificativo.

Pretende-se ainda que estas entidades privadas submetam contribuições, em formato de “resposta aberta” que poderão estar relacionadas com temáticas diferentes das aqui apresentadas, sempre que se verifique o seu interesse e pertinência para a melhoria na obtenção de resultados.

#### **5.3.4. Processo de Funcionamento**

O funcionamento desta plataforma depende da avaliação de variáveis e elementos e submissão de contributos das três classes de intervenientes definidas previamente: Turistas, Entidades Públicas e Entidades Privadas. Após esta avaliação e tendo por base os contributos e dados estatísticos lançados e/ou submetidos, espera-se que esta plataforma seja uma ferramenta não só de avaliação e monitorização, como também de apoio à decisão. Espera-se poder realizar em articulação com o L-tour.ipt e na forma de Estágio Profissional o trabalho presencial de monitorização e avaliação que o funcionamento desta ferramenta exige.

Este modelo assenta em dois pilares. Por um lado, uma configuração que apresenta um sistema de avaliação baseado em indicadores do INE, informações obtidas pelo método de entrevista e adaptados da certificação Herity que, através de um processo comparativo de resultados (dados quantitativos e contributos), determina se a perspetiva do turista (procura) no que toca à qualificação turística do território está em conformidade com a perspetiva da autarquia e demais entidades públicas e privadas (oferta). Paralelamente este modelo baseia-se na avaliação da organização da oferta com o intuito de encurtar a relação entre estas entidades e potenciando o seu desempenho, por forma a alcançar uma estratégia concertada de desenvolvimento territorial do turismo.

### **5.3.5. Resultados esperados (OUTPUTS)**

Com este modelo qualificador, que se transpõe numa plataforma de avaliação, pretende-se a obtenção de um conjunto de resultados que auxiliem na tomada de decisão por parte das entidades competentes. Tratando-se de uma ferramenta que inicialmente avalia e monitoriza indicadores e elementos, contributos e submissão de dados, deseja-se que dessa análise e tratamento de informação resulte um conjunto de componentes que auxiliem e elucidem os decisores políticos, quanto às medidas a tomar em relação às questões avaliadas. Esse tratamento de dados poderá ser apresentado sob a forma de relatório e disponibilizado para consulta dos interessados e/ou intervenientes neste modelo participativo, na plataforma digital.

### **5.3.6. Considerações finais**

Se atendermos ao facto de qua a qualificação turística, pode contribuir para aumentar a atratividade de um destino, como já referido anteriormente no Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto (ponto 1, art.º 10) “A qualificação da oferta de produtos e destinos turísticos nacionais tem por objetivo aumentar a competitividade e a visibilidade da oferta turística nacional relativamente a mercados concorrentes, bem como garantir um elevado nível de satisfação dos turistas e utilizadores de bens e serviços turísticos”, a operacionalização deste modelo qualificador é bastante pertinente.

Tratando-se de um modelo participativo, é expectável que reúna informações e contributos de apoio à decisão e que expresse a imagem do município segundo a perspetiva dos turistas e das entidades públicas e privadas, face à qualificação turística. Da avaliação das variáveis e dos elementos, espera-se o surgimento de indicadores comparativos que expressem a visão dos turistas face à visão das demais entidades e que desta forma permitam o apoio à decisão das medidas interventivas em cada um dos elementos avaliados.

A natureza experimental que se pretende incutir à aplicação deste modelo tem, por natureza a ligação entre a Câmara Municipal de VNB e o IPT que, com esta relação de trabalho laboratorial neste território finito e específico pode contribuir para agregar valor ao estudo turístico do Médio Tejo através de um modelo eventualmente aplicável aos restantes 12 municípios. Esse é o grande objetivo que se pretende alcançar e o facto de sermos

profissional do sector dá-nos a possibilidade de trabalharmos no universo profissional do turismo, nomeadamente, de iniciativa e promoção municipal



## **Conclusões Finais**

Atendendo à pertinência da pergunta de partida “Como ampliar a atratividade turística da Barquinha?”, surgiu a necessidade de tentar responder eficazmente às exigências da nova realidade. Como se demonstrou, a capacidade de atração de excursionistas e turistas, através dos equipamentos culturais disponíveis e da paisagem cultural de que o Jardim das Artes e o Castelo de Almourol são ícones principais, é notória.

Cada vez mais o turista procura experiências que satisfaçam as suas necessidades e emoções e não só produtos pré-concebidos para turismo de massas. Cabe a cada território a valorização dos seus produtos e recursos, oferecendo experiências que se traduzam na satisfação dos turistas e consequentemente no aumento da atratividade turística do destino.

Para a realização deste projeto, recorreu-se a um processo metodológico que teve início na revisão da literatura e enunciação de conceitos relacionados com o objeto de estudo e as temáticas abordadas. Posteriormente foram analisados documentos orientadores oficiais, onde constam as diretrizes, metas e linhas de ação relacionadas com as políticas do turismo para cada um dos níveis (Europa, Turismo de Portugal, Turismo Centro de Portugal, Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo e Vila Nova da Barquinha). De seguida procedeu-se à análise e caracterização do objeto de estudo: Vila Nova da Barquinha. Nesta fase foram apresentados aspetos relacionados com a história e localização geográfica da vila, o levantamento dos recursos e a oferta turística da região.

Para o efeito, foram realizadas ações com o intuito de reunir o máximo de informação possível para a posterior elaboração do modelo apresentado. Destas ações fazem parte as entrevistas semiestruturas exploratórias a membros-chave do Poder Local, do Turismo e da Cultura, do Ensino Superior e do Desenvolvimento Local, reuniões técnicas e visitas técnicas em parceria com o do L-tour que resultaram num acompanhamento técnico ao longo de todo o projeto. A ideia de criar um modelo experimental que pudesse ser acionado posteriormente em aplicação prática concreta foi sempre o eixo central de todo o trabalho.

Neste sentido, o produto final que nos propusemos realizar materializou-se num modelo de avaliação, mais concretamente numa plataforma digital que contempla um sistema de avaliação: o QUALIFITUR. Resumidamente este sistema de avaliação consiste

na avaliação de indicadores e elementos relacionados com a qualificação turística, assim como na submissão de contributos e dados estatísticos, por três entidades pré-selecionadas: Turistas, Entidades Públicas e Entidades Privadas. Da análise e interpretação desses dados resultará um relatório, disponibilizado posteriormente na plataforma para consulta, que fará não só a avaliação e monitorização de todo o sistema, como servirá de igual modo como ferramenta de apoio à decisão. Entre 2017 e 2018, como se referiu anteriormente, este trabalho será desenvolvido através de Estágio de um elemento e com coordenação conjunta das entidades IPT e VNB, conforme se espera, por extensão da relação protocolar existente.

Foi possível concluir que a operacionalização deste modelo se reverte de extrema importância não só para espelhar a visão do território por parte dos Turistas, expressando de certa forma a sua análise quanto à qualificação turística, mas também como meio de detetar carências e pontos fracos, segundo a sua expectativa e experiência vivida no município. No que respeita às Entidades Privadas, além da avaliação quanto à qualificação turística, esta plataforma permite de igual forma a submissão de contributos que as mesmas entidades considerem pertinentes e passíveis de serem analisadas. Avaliam de igual modo, questões de cariz profissional que poderão de alguma forma contribuir para uma melhoria de todo o sistema empresarial. Por fim, as Entidades Públicas poderão servir-se desta plataforma para refletir sobre o estado do município, servindo-se das relações daqui resultantes, não só para ações de melhoria em determinados aspetos, como também como ferramenta de apoio a decisões futuras.

Após a implementação deste modelo, inicialmente em modo experimental, espera-se que no futuro, este modelo possa ser replicado em outros municípios. Tendo em conta as várias limitações encontradas, nomeadamente na seleção das variáveis e respetivos elementos, considerando que muitos outros indicadores poderiam ser sugeridos para a avaliação da qualificação turística, consideramos ser possível a sua operacionalização em outros territórios com características completamente distintas de Vila Nova da Barquinha.

Sendo um modelo participativo, completamente mutável, é possível alterá-lo consoante as características intrínsecas de cada território e consoante as variáveis e elementos que se pretendem estudar e/ou avaliar, podendo inclusive serem acrescentados outros avaliadores. Como fecho desta fase de estudo e montagem do modelo, poderemos considerar que existe a partir de agora um projeto de referência que, caso possa ser

concretizado, se tornará uma mais-valia para o sistema turístico do Médio Tejo, agregando valor, como se espera, ao turismo regional e seus atores públicos e privados.





## **Bibliografia**

AGÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO E COESÃO, IP. (2014). Portugal 2020: Objetivos, Desafios e Operacionalização

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA. (2016) Grandes Opções do Plano 2017. Assembleia da República. Governo de Portugal

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS FREGUESIAS. (1997). Dicionário Enciclopédico das Freguesias, 2º Volume. Inova-Artes Gráficas

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS PORTUGUESES. (2001). Álbum de Prata do poder local democrático. Oficial Design

BARQUINHA 2020. (n.d.) Plano Estratégico de Desenvolvimento Económico. Câmara Municipal da Barquinha. Vila Nova da Barquinha

BELL, J. (1993). Como realizar um Projeto de Investigação. Lisboa. Gradiva Publicações

CENTRO 2020.(2014).Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020. Centro 2020. Portugal 2020. União Europeia.

CENTRO DE PORTUGAL. (2014). Crer 2020 Mobilização, Envolvimento, Trabalho em Rede, Ambição, Solidariedade Programa Operacional Regional do Centro de Portugal (2014-2020). Coimbra

CIMT 2020. (2014). Médio Tejo 2020: Plano Estratégico de Desenvolvimento. Relatório Final. Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo. Sociedade de Consultores Augusto Mateus & Associados.

COELHO, J. P. (2011). Turismo Militar como segmento do Turismo Cultural: memória, acervos, expografias e fruição turística. Dissertação de Mestrado, Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural, Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar

COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO. (1995). Navegando no Tejo. Lisboa

COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO CENTRO (2013). Plano de Ação Regional 2014-2020. Coimbra

COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO CENTRO (2014). Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020: CRER2020. Coimbra

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro. (2014). RIS3 DO CENTRO DE PORTUGAL Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente. Coimbra

COMISSÃO EUROPEIA. (2010). Comunicação da Comissão Europa 2020, Estratégia para um Crescimento Inteligente, Sustentável e Inclusivo in [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm)

COMISSÃO EUROPEIA. (n.d.). Investimento nas Regiões: A Política de Coesão reformada da EU 2014-2020 in [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm)

COMISSÃO EUROPEIA. Política de Coesão 2014-2020, Estratégias de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente in [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm)

COMISSÃO EUROPEIA. Política de Coesão 2014-2020, Investimento Territorial Integrado in [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm)

CONVENÇÃO PARA A PROTEÇÃO DO PATRIMÓNIO MUNDIAL, CULTURAL E NATURAL. (1972). Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, Paris, 1972.

ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO CENTRO. (2013). Projeto: Plano de Marketing da Turismo Centro de Portugal, 2013. Aveiro Unidade de Investigação em Marketing e Consumo

ESTRATÉGIA BARQUINHA 2020. (2014). Câmara Municipal da Barquinha. Vila Nova da Barquinha

EUROPEAN COMMISSION (2014). Enabling synergies between European Structural and Investment Funds, Horizon 2020 and other research, innovation and competitiveness-related Union programmes

EUROPEAN COMMISSION. (2014). Guide on EU Funding for the Tourism Sector (2014-2020)

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION. (2006). Tourism Trends for Europe

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION. (2014). European Tourism in 2014: Trends & Prospects (Q1/2014)

EUROPEAN UNION INSTITUTE FOR SECURITY STUDIES. (2012). Citizens in an Interconnected and Polycentric World – Global Trends 2030

ICOMOS. (1999). Carta Internacional do Turismo Cultural. Documentation Centre

JAFARI, J. (2000). Encyclopedia of Tourism, London: Routledge

MAÇÃO, H. V. (1995). Tancos Ecos do passado no presente. Câmara Municipal da Barquinha

MACHADO, V. M. R. (2008) Direito, Turismo e Poder: os territórios turísticos. Tese de Doutoramento. Departamento de Economia. Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro

MEDINA, B. J. (2015). Produtos e Imagem Turística na sub-região do Médio Tejo: Proposta de Intervenção. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural. Escola Superior de Gestão de Tomar. Instituto Politécnico de Tomar

NEIVA, M. M. A. (2012). O Município na Lei Autárquica: Organização e Funcionamento. Dissertação de Mestrado em Direito das Autarquias Locais. Escola de Direito. Universidade do Minho

OLIVEIRA, J. N. (1997). Praças de Touros em Portugal. Palmigráfica – Artes Gráficas, Lda

PENT. (2013). Plano Estratégico Nacional do Turismo, Revisão e Objetivos 2013-2015. Ministério da Economia e do Emprego, Governo de Portugal

PORTUGAL 2020. (2014). Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente (Nacional e Regionais). Lisboa. Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento

QUIVY, R., & CAMPENHOUDT, L. V. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais (5ª edição). Lisboa Gradiva Publicações, S.A.

ROLDÃO, A. L. (2014). Barquinha crónicas históricas. Município de Vila Nova da Barquinha

SECRETARIADO DO VIII ENCONTRO DE PROFESSORES DE HISTÓRIA DA ZONA CENTRO. Imagens de Vila Nova da Barquinha. Tipotejo-Santarém

SILVESTRE, H. C. & ARAÚJO, J. F. (2012). Metodologia para a Investigação Social, Escolar Editora

TASCI, A. & GARTNER, W & CAVUSGIL, S. (2007) Conceptualization And Operationalization Of Destination Image. Journal of Hospitality & Tourism Research.

TUNG, V. & RITCHIE, J. (2011) Exploring the essence of memorable tourism experiences. Annals of Tourism Research, Vol. 38

TURISMO 2020. (2015). Turismo 2020. Cinco princípios para uma ambição. Tornar Portugal o Destino Turístico Mais Ágil e Dinâmico da Europa. Turismo de Portugal, I.P. Ministério da Economia e do Emprego.

TURISMO 2020. (2015). Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo de Portugal. Turismo de Portugal, I.P. Ministério da Economia e do Emprego.

TURISMO 2027. (2016). Estratégia Turismo 2027 PORTUGAL. Turismo de Portugal, I.P. Governo de Portugal

TURISMO DE PORTUGAL. (2011). Plano Estratégico Nacional do Turismo: Propostas para revisão no horizonte 2015. Turismo de Portugal, I.P. Ministério de Economia e do Emprego

TURISMO DE PORTUGAL. (2013). Estudo Satisfação de Turistas, Intercampus. Turismo de Portugal, I.P.

TURISMO DE PORTUGAL. (2013). Plano Estratégico Nacional do Turismo: Revisão do Plano de Desenvolvimento do Turismo no horizonte 2015. Turismo de Portugal, I.P.

UNWTO WORLD. (2014, October). Tourism Barometer, Volume 12

VENGESAYI, S. (2003) A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness. ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003

XAVIER, B. O. (2000). Cidades e Globalização: Geminar urbanidades, solidarizar os espaços. IV Congresso Português de Sociologia. Universidade de Coimbra



## Referências eletrónicas

<http://censos.ine.pt/> acedido em 23/05/2016

[http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-your-country/portugal/country-specific-recommendations/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-your-country/portugal/country-specific-recommendations/index_en.htm) acedido em 14/08/2016

[http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm) acedido em 14/08/2016

<http://geneall.net/pt/mapa/234/vila-nova-da-barquinha/> acedido em 12/06/2016

<http://portal2.ipt.pt/pt/ipt/> acedido em 03/11/2016

[http://turismo2020.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/turismo2020\\_parte\\_i\\_mercados-swot.pdf](http://turismo2020.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/turismo2020_parte_i_mercados-swot.pdf) acedido em 28/09/2016

<http://turismo2020.turismodeportugal.pt/pt/plano-de-acao> acedido em 28/09/2016

<http://www.centro.portugal2020.pt/> acedido em 10/10/2016

<http://www.ciec.vnb.pt/> acedido em 24/05/2016

<http://www.cm-vnbarquinha.pt/> acedido em 24/05/2016

<http://www.cm-vnbarquinha.pt/images/pdf/municipio/geminacoes/relatorio%20vnb%202014.pdf> acedido em 24/05/2016

<http://www.cm-vnbarquinha.pt/images/pdf/municipio/gtf/Recursos%20Naturais%20-%20Concelho%20VN%20Barquinha.pdf> acedido em 25/05/2016

<http://www.herity.pt/A%20Certificacao.html> acedido em 15/10/2016

<http://www.i-m.co/CIAAR/CIAAR/home.html> acedido em 23/05/2016

<http://www.instituto-camoes.pt/cooperacao/17-objetivos-desenvolvimento-sustentavel> acedido em 27/10/2016

<http://www.mediatejo.pt/> acedido em 03/09/2016

<http://www.mediatejo.pt/index.php/areas-de-intervencao/fundos-comunitarios#estrategia-2020-plano-estrategico-do-medio-tejo> acedido em 03/09/2016

<http://www.mediatejo.pt/index.php/cimt/missao-e-objetivos> acedido em 03/09/2016

<http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/patrimonio-arquitetonico/> acedido em 06/08/2016

<http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/70469/> acedido em 06/08/2016

<http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/71139> acedido em 06/08/2016

<http://www.patrimoniocultural.pt/pt/publicos/visitantes-com-acessibilidade-reduzida/> acedido em 06/08/2016

<http://www.portalautarquico.pt/pt-PT/administracao-local/entidades-autarquicas/municipios/> acedido em 13/10/2016

<http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPORTUGAL/DESTAQUE/Documents/turismo-2020-cinco-principios-para-uma-ambicao.pdf> acedido em 07/09/2016

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Pages/Turismo2020.aspx> acedido em 07/09/2016

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/destaque/Pages/Turismo2020-cincoprincipiosparaumaambicaoConsultaPublicaate10deagosto.aspx> acedido em 08/09/2016

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202013%20vfinal.pdf> acedido em 08/09/2016

[http://www.turismodocentro.pt/profissional/pt/sistemas\\_de\\_incentivo.48/portugal\\_2020.135/portugal\\_2020.a102.html](http://www.turismodocentro.pt/profissional/pt/sistemas_de_incentivo.48/portugal_2020.135/portugal_2020.a102.html) acedido em 03/10/2016

<https://www.ine.pt/> acedido em 29/10/2016

<https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/COMUNICACAO/Portugal2020%2019%20Dez%2014.pdf> acedido em 12/10/2016

<https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/Programas%20Operacionais/BROCHURAS%20PO/BrochuraCentro2020.pdf> acedido em 12/10/2016



## **Legislação**

Lei n.º 45/2008 de 27 de Agosto, Estabelece o regime jurídico do associativismo municipal, revogando as Leis n.º 10/2003 e 11/2003, de 13 de Maio

Lei n.º 33/2013 de 16 de Maio, Estabelece o regime jurídico das áreas regionais de turismo de Portugal continental, a sua delimitação e características, bem como o regime jurídico da organização e funcionamento das entidades regionais de turismo.

Lei n.º 75/2013 de 12 de Setembro, Estabelece o regime jurídico das autarquias locais, aprova o estatuto das entidades intermunicipais, estabelece o regime jurídico da transferência de competências do Estado para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais e aprova o regime jurídico do associativismo autárquico

Decreto-Lei n.º 163/2006 de 8 de Agosto, Define as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais.

Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto, Estabelece as bases das políticas públicas de turismo, enquanto setor estratégico da economia nacional, e define os instrumentos para a respetiva execução

Despacho n.º 8864/2013 de 8 de Julho, Homologa, nos termos e para os efeitos do art.º 9º da Lei n.º 33/2013, de 16 de maio, os estatutos das Entidades Regionais de Turismo do Centro de Portugal, do Alentejo e do Algarve.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 9/2007. Aprova o Plano Nacional para a Promoção da Acessibilidade (PNPA).